EL ESTADO DE LA DEMOCRACIA EN AMÉRICA LATINA

ACTIVISMO POLÍTICO EN TIEMPOS DE INTERNET

Bernardo Sorj y Sergio Fausto
Compiladores



ACTIVISMO POLÍTICO EN TIEMPOS DE INTERNET

Plataforma Democrática (www.plataformademocratica.org) es una iniciativa del Centro Edelstein de Pesquisas Sociais y de la Fundação Instituto Fernando Henrique Cardoso, dedicada al fortalecimiento de las instituciones democráticas y de la cultura en América Latina, a través del debate pluralista de ideas acerca de los cambios en la sociedad y la política en la región y en el mundo.

Colección: El Estado de la Democracia en América Latina

Dirigida por Bernardo Sorj (Centro Edelstein de Pesquisas Sociais) y
Sergio Fausto (Fundação Instituto Fernando Henrique Cardoso)

Activismo político en tiempos de internet

Revisión: Isadora Feitoza de Carvalho

Imagen de portada: Brian Solis e Lincon Justo

São Paulo: Edições Plataforma Democrática, 2016

ISBN: 978-85-99588-40-6

La realización de este libro fue posible gracias al apoyo del National Endowment for Democracy y la Fundación Open Society, a las cuales estamos agradecidos. Resaltamos que estas instituciones no tienen ninguna responsabilidad por las opiniones emitidas en esta publicación.

ACTIVISMO POLÍTICO EN TIEMPOS DE INTERNET

Bernardo Sorj
Sergio Fausto

Compiladores

Prefacio

En este libro damos continuidad al esfuerzo de Plataforma Democrática de contribuir al debate sobre los rumbos de la democracia en América Latina y en el mundo, teniendo como foco el uso que los activistas políticos hacen de los nuevos medios de comunicación y como éstos por su vez influencian las formas de hacer política.

Las democracias contemporáneas enfrentan enormes desafíos: partidos políticos fragilizados, procesos globales que redefinen las posibilidades de acción del estado nacional, desigualdad social y descreencia en los políticos. Todos estos temas y otros no mencionados, son atravesados e influenciados por los nuevos medios de comunicación. Conteniendo 19 casos de estudios en seis países sudamericanos, el libro presenta una amplia gama de experiencias innovadoras y sus impactos en las formas tradicionales de organización y de actuación de la sociedad civil, los partidos políticos y gobiernos.

Los casos analizados de ciberactivismo indican que ninguno de ellos representa una “bala de plata” - una experiencia capaz de resolver los múltiples desafíos que enfrenta la construcción de instituciones democráticas más sólidas y de mayor calidad. Pero todos muestran nuevas posibilidades, así como nuevos desafíos al desarrollo de relaciones virtuosas entre las formas tradicionales de participación (tanto en las organizaciones de la sociedad civil como los partidos políticos) y el activismo en el espacio virtual.

Nos encontramos al inicio de una nueva era y hay mucho para aprender, acompañar y analizar. Sin dejar de reconocer que todo esfuerzo de síntesis es

parcial y precario, esperamos que este libro contribuya al debate de un tema crucial para el futuro de la democracia. Finalmente queremos agradecer la importante contribución dada por los participantes de los workshops en que fueron presentadas las versiones preliminares de los textos en los diversos países estudiados.

Bernardo Sorj y Sergio Fausto
Directores - Plataforma Democrática

Online/offline: el nuevo tejido del activismo político

Bernardo Sorj[1]

Este libro está dedicado a las transformaciones del activismo político en América Latina producidas por el uso de los nuevos medios de comunicación. Los textos tienen como referencia las hipótesis que desarrollamos en un trabajo anterior,[2] donde argumentamos que:

1. Podemos distinguir tres grandes ondas en la formación de la sociedad civil. La primera onda fue formada por organizaciones que representaban amplios sectores sociales, generalmente agrupados en torno a intereses socioeconómicos o profesionales, y cuyos líderes, en regímenes democráticos, eran elegidos por los asociados. La segunda onda, cuyo formato típico es el de las ONGs, está constituida por una miríada de organizaciones, en general pequeñas, cuya legitimidad se susten-

1 Bernardo Sorj es profesor de Sociología de la Universidad Federal de Río de Janeiro, director del Centro Edelstein de Investigaciones Sociales y co-director del proyecto Plataforma Democrática.

2 *Internet y Movilizaciones Sociales: Transformaciones del Espacio Público y de la Sociedad Civil*, disponible para download en: http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/Internet_y_Movilizaciones_Sociales_Transformaciones_del_Espacio_Publico_y_de_la_Sociedad_Civil.pdf

ta en el valor moral de la causa defendida (como derechos humanos, identidades de género, raza, orientación sexual, medio ambiente) y no en un mandato otorgado por un público determinado. Finalmente la tercera onda se construye dentro del mundo virtual, constituida por ciudadanos que emiten opiniones, generalmente a título personal, en redes sociales. Cada una de estas ondas no elimina la anterior. Ellas se superponen e influencian mutuamente, siendo que cada nueva onda tiende a ocupar espacios de las anteriores, tanto en relación al formato organizacional como el contenido de los mensajes que vehiculan.

2. El impacto del nuevo mundo virtual no puede ser disociado de los procesos más amplios en la sociedad y en el sistema político, que por su vez son afectados por las nuevas formas de comunicación. Por ejemplo, las trasformaciones sociales - en el mundo del trabajo y del consumo, los procesos de individuación, la crisis de los marcos ideológicos que estructuraron la vida política en el siglo XX, el debilitamiento de los partidos políticos - son anteriores al surgimiento de la comunicación por Internet, que es influenciada por estas tendencias preexistentes a la vez que actúa sobre ellas.

3. La bibliografía sobre los efectos del mundo virtual tiende a oponer "optimistas" y pesimistas". Los primeros enfatizan que las tecnologías abren nuevas posibilidades de comunicación horizontal entre los ciudadanos, disminuyen los costos de transacción comunicacional, aceleran la velocidad de la comunicación y eliminan la distancia física permitiendo que las personas y grupos emitan e intercambien opiniones en una escala sin precedentes. Las tecnologías de la comunicación también disminuyen la importancia relativa de los antiguos medios de comunicación, abriendo nuevos canales alternativos de información ciudadana. Los pesimistas consideran

que los impactos de Internet son de empobrecimiento y polarización de la cultura y el debate político, destrucción de la privacidad - dando acceso al estado y empresas a bancos de datos que permiten la manipulación y control de los individuos - creación de la ilusión del click-activismo como una forma de catarsis inconsecuente, y afirman que las estructuras básicas de poder, sea las localizadas en el mundo off-line sea dentro del mundo on-line, continúan las mismas del pasado: dominadas por las grandes empresas y el poder político. Consideramos que ambas posiciones apuntan para fenómenos reales y que el ciberactivismo acontece bajo la influencia de ambas tendencias. Cabe al análisis social destrincar los diversos aspectos, los virtuosos y los nocivos para la democracia, presentes en cada situación concreta.

4. Los mundos online y offline no pueden ser disociados. En el espacio virtual el mundo offline tiene un papel central, sea en la capacidad de intervenir directamente en las redes sociales, sea de apropiarse de los movimientos de opinión y movilizaciones que el mundo virtual genera o promueve. Así, el mundo virtual y el mundo off-line están profundamente entrelazados. El análisis de cómo ellos se imbrican, sea de actores offline que deflagran movimientos virtuales o interviniendo en la comunicación virtual, sea en los momentos posteriores cuando la dinámica política se disloca para otros espacios, ocupa un lugar central en los trabajos incluidos en el libro.

5. El espacio público virtual de cierta forma profundizó, pero también modificó ciertas tendencias que ya se encontraban presentes en la segunda ola de sociedad civil, de fragmentación política y de alejamiento de los ciudadanos de la vida política partidaria. Las nuevas formas de comunicación tienden a borrar la separación entre lo público y lo privado, fusionando lo subjetivo y lo público, lo personal y lo colecti-

vo, valorizando mensajes donde prevalece el malestar personal y la denuncia. Si la primera ola de la sociedad civil fue construida a partir de ideologías políticas con visiones de conjunto de la sociedad y la segunda en torno a la defensa de los más variados derechos, ambas se sustentaban en esfuerzos argumentativos y "visiones de mundo" de sociedad deseable. En el nuevo formato de comunicación dominante en el mundo virtual preponderan mensajes cortos (o imágenes), relacionados a situaciones contextuales, que movilizan sentimientos y actitudes reactivas.

6. Uno de los grandes desafíos de Internet a su constitución como un espacio público basado en normas de civilidad es su carácter anónimo, esto es la imposibilidad de identificar la identidad de los emisores de mensajes. En la internet circulan, cada vez más, mensajes producidos por robots y agentes provocadores profesionales que no se presentan como tales, especializados en producir "información" tergiversada, que es presentada como siendo escrita por un "ciudadano común". Estos mensajes son altamente eficaces, pues son elaborados llevando en consideración los prejuicios y afinidades de los lectores.

En las investigaciones presentadas en este libro confrontamos críticamente estas hipótesis a través del análisis de casos específicos, de forma a desarrollarlas y modificarlas a la luz de nuevas experiencias.

Los textos analizan 19 estudios de caso los seis países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador y Venezuela.

	Estudios de caso
Argentina	• Ni una menos • Change.og • Partido de la Red

Brasil	• Marco civil Internet • Avaaz • Manifestaciones de junio 2013 • Mídia Ninja
Chile	• Movimiento estudiantil • Nueva constitución • No Alto Maipo
Colombia	• Marcha campesina • Marcha por la vida • Marcha de las Putas
Ecuador	• YASunidos • Quito, YO me apunto • 30 Sep.
Venezuela	• Protestas 2014 • SOS Venezuela • Cocuyo/Crónica uno

Los estudios de caso fueron usados para ejemplificar temas específicos, si bien cada uno de ellos extrapola el campo dentro de los cuales son discutidos: movilizaciones callejeras, plataformas de consulta donde los ciudadanos son llamados a opinar, campañas de pedido de apoyo o "firmas" on-line, cambios en las formas tradicionales de organización de la sociedad civil y de los partidos políticos y el lugar de los medios tradicionales de comunicación. A continuación presentamos algunas conclusiones generales, a partir de un análisis comparativo, no siendo el objetivo sintetizar y menos aún substituir la lectura de los diversos textos, que poseen una gran riqueza de información.

Recordamos al lector que los procesos por los cuales se teje la nueva realidad off-line/online se encuentran en un campo de experimentación que está iniciándose. Los actores sociales están aprendiendo a usar estos nuevos instru-

mentos, de forma que todo esfuerzo de generalización, como el que estamos presentado, es precario y deberá ser constantemente actualizado.

Participación directa vs. Delegación

Uno de los estudios de caso particularmente instigador es el del Partido de la Red en Argentina. Organizado en 2012 por un pequeño grupo de personas - tecnólogos y del área de las ciencias humanas- , la propuesta del partido era la promoción de la red como instrumento de deliberación y de toma de decisiones a las cuales sus representantes electos para mandatos legislativos deberán someterse. El partido no posee un programa con propuestas substantivas, a no ser la promoción del uso de la red para que los ciudadanos deliberen y decidan. Por lo tanto el Partido de la Red puede ser considerado tanto como una organización que tiene como misión la reforma del sistema político a través de la promoción de una democracia con características plebiscitarias (si bien en su sitio actual habla de un "híbrido entre democracia directa y democracia representativa"), o como un partido político que busca ocupar posiciones de poder y cuyos representantes definirán sus posiciones ad hoc, de acuerdo con las decisiones de la mayoría de votos, caso a caso.

Como muestra el artículo, el partido de la red está descubriendo el papel del mundo offline y las dinámicas locales, donde problemas concretos y conocidos por los ciudadanos pueden movilizar interés y respuestas más inmediatas, así como la importancia de la convivencia cara a cara. Como menciona la autora del texto citando un miembro del partido "on-line y off-line son universos que están cruzados". El partido está pasando por un proceso interno de reflexión sobre los límites de la experiencia virtual y están todavía lejos de sacar todas las conclusiones: la representación política no se genera por la recolección de preferencias individuales de los representados y su transmisión, sin intermediarios, al sistema político; la toma de decisiones y, más aún, la elaboración de programas, exige un

proceso deliberativo que pasa por varios niveles de representación, por lo que no es posible eliminar las instituciones de representación, sobre pena de incurrir en el riesgo de manipulaciones autoritarias.

Junto con el partido, que se pautearía por decisiones tomadas a través de consultas virtuales, más recientemente fue creada por el grupo fundador una fundación independiente, con una dirección y estructura profesional, que desarrolla recursos de software que favorecen la participación ciudadana. Estos recursos son colocados a disposición de todos los partidos y políticos interesados.

El Partido de la Red congrega un número bajo de afiliados y solo se presentó a una elección, en la ciudad de Buenos Aires, no eligiendo representantes. Quizás el no haber elegido representantes hasta el momento fue positivo, pues le otorgó más tiempo para madurecer su propuesta y avanzar, a través de su fundación, en el desarrollo de instrumentos tecnológicos afines a su misión.

Las nuevas tecnologías pueden ser herramientas importantes para democratizar y fortalecer a los partidos políticos, no para contornarlos. El Partido de la Red es un caso interesante porque buscó radicalizar la idea de democracia directa y no tardó en enfrentar los límites que impone la vida política en sociedades complejas. Desde el punto de vista práctico la propuesta del partido, en cuanto partido que busca ocupar posiciones de poder institucional, continúa dejando dudas sobre cómo sería su funcionamiento práctico. ¿Puede ser considerado viable o deseable por los electores un partido que no tiene programa substantivo a no ser el procedimiento de consultar a los ciudadanos (de acuerdo con el Partido de la Red la consulta sería con todos los ciudadanos y no solo los afiliados al Partido)? ¿Cuál es el margen de discrecionalidad que los representantes del partido tendrían en el momento de elaboración y negociación de leyes? ¿Qué acontece en los casos en que la participación en consultas on-line es insignificante? ¿Del mismo modo, si en cierto momento se deciden por tener una plataforma substantiva, puede ésta ser elaborada por el acumulo de propuestas más votadas online, sin preocupación con la coherencia interna y viabilidad práctica del resultado obtenido? ¿Y en el caso que los miembros del

Partido controlen posiciones de gobierno ejecutivas, qué hacer cuando deben tomar decisiones que no contarían con el apoyo de la mayoría de la ciudadanía, pero fundamentales para asegurar la gobernanza o la protección de derechos de minorías? ¿Es posible organizar un partido de masas sin instituciones intermedias que poseen poder de decisión? ¿Es viable, por lo menos en el estado actual de la tecnología, organizar un partido sin ámbitos deliberativos offline? ¿Cómo se asegura la formación de líderes partidarios? ¿Existe el riesgo que los fundadores terminen se constituyendo en una oligarquía, que en forma directa o indirecta, se transformen en los controladores del partido?

"Hibridar" la participación directa con la representativa es el gran desafío del mundo virtual en su relación con el mundo de la política. En la medida que no se enfrenta el problema, se corre el riesgo de que formatos de participación directa escondan mecanismos de decisión no transparentes. La falta de respuestas a las preguntas anteriores no invalida la relevancia de la experiencia del Partido de la Red, que se piensa como un experimento y no como proyecto acabado, y en el que algunos de sus dirigentes inclusive reconocen sus insuficiencias. A esto se agrega la contribución de su Fundación de desarrollar softwares que pueden ser usadas por todos los partidos y políticos.

> En la medida en que la política se aleja de palabras de orden o denuncias que pueden catalizar consensos amplios, se hace necesario combinar la participación virtual con la presencial, generando formatos dinámicos que permiten mecanismos efectivos de deliberación, negociación, elaboración de propuestas, y toma de decisiones, en particular en temas que conllevan algún nivel de complejidad, conocimiento técnico, negociación de intereses y valores conflictivos. Superar la idealización de un mundo virtual que sería el espacio de la democracia ciudadana frente a un mundo offline desigual y jerárquico, es el primer paso para desarrollar respuestas que permitan consolidar un nuevo tejido democrático online/offline.

Campañas de apoyo online

Las campañas on-line de apoyo a determinadas causas da continuidad a un larga tradición democrática de recolección de firmas en apoyo a manifiestos o para encaminar cambios en la legislación. En todos los países de la región aún no es permitido el uso de firmas recogidas on-line para fines legales. Por lo tanto se trata de buscar formas alternativas de utilizar esta forma de participación on-line para obtener resultados efectivos. En el libro presentamos tres estudios de casos, Avaaz en el Brasil, Change.org en Argentina y YASunidos en Ecuador. El caso de Avaaz Brasil y Change.org Argentina tienen la característica de ser organizaciones globales, con varios años de existencia, surgidas en el extranjero, pero que poseen en sus respectivos países los niveles más altos de seguidores (personas que firmaron por lo menos una petición), en Brasil en números absolutos y en Argentina en números relativos. YASunidos es una experiencia puntual en torno a una problemática específica.

Avaaz tiene como misión crear "un mundo mejor" y propone temas como "combatir la corrupción, la pobreza y el conflicto armado, hasta la lucha contra el cambio climático". [3] Dirigida en el Brasil por un pequeño equipo profesional, su principal método de actuación es el de buscar el mayor número de firmantes para sus causas, que son entregadas posteriormente a una alta autoridad pública. En general, en la página inicial predominan temas de alcance global o relacionado a eventos en el extranjero. Las peticiones, escritas en formas de argumento de defensa de una causa, pueden ser enviadas por miembros de la comunidad, pero el equipo responsable tiene un poder de decisión sobre las causas prioritarias y sobretodo en el uso de su base de datos de emails para promoverlas, que no están abiertos al público.

Avaaz ha generado controversias. Es criticado por algunos como clik-activismo (una forma perezosa de hacer política) y por estar más preocupada en lograr un gran número de apoyos que resultados prácticos. El estudio de caso

3 http://www.avaaz.org/es/about.php recuperado el 15 de diciembre de 2015.

brasileño indica que estas críticas son unilaterales. Si bien para algunos apoyar una causa en Avaaz puede producir un sentimiento catártico de deber cumplido, para otros es una forma de tomar contacto y de sensibilización con temas de actualidad, y para muchos activistas otro campo de actuación en relación a temas de interés público. En el caso brasileño el estudio muestra que en momentos de gran movilización, como fueron las manifestaciones callejeras de junio de 2013, el Avaaz participó como más un recurso disponible en la Internet, y en otro caso, el relacionado a la ley de la "Ficha limpia", que consiguió firmas off-line para solicitar al Congreso la aprobación de la ley (que excluía de los pleitos electorales personas procesadas judicialmente por actos ilegales), Avaaz fue una importante factor de apoyo en la movilización a favor de la ley.

El análisis de Change.org en Argentina muestra un modelo de actuación bastante diferente al de Avaaz, si bien tienen en común un staff profesional con capacidad de decidir prioridades sobre el lugar dado a cada petición en la página inicial y el control y uso de la su lista de emails para promover una petición. Change.org no se propone avanzar una agenda específica. En él pueden encontrarse inclusive peticiones con visiones contrarias sobre el mismo asunto. En lugar de asuntos relacionadas a grandes causas con repercusión global, las peticiones de Change.org tratan de problemas locales por los cuales pasan personas o grupos que firman la petición, y son presentadas en forma de testimonios de la experiencia o acontecimiento vivido. Otra diferencia importante es el procesamiento del apoyo recibido. En lugar de presentar la petición al final del proceso de recopilación de firmas, como lo hace Avaaz, cada apoyo genera un email que es enviado directamente a la persona responsable por la posible solución del problema, muchas veces un funcionario de nivel intermedio y no a la autoridad superior.

El número de sucesos de las campañas Change.org es muy alto. Esto se debe a lo concreto de sus demandas, al formato de sus peticiones, referidas a vivencias concretas, y a la efectividad en la forma de presionar directamente a través de los emails a los responsables directos por una solución. Si bien has-

ta cierto punto tratan con públicos diferentes, pues Change.org no se propone promover una agenda de valores específica, la eficacia de su modelo es indudable. Al tratar los temas a partir del drama cotidiano de personas, la identificación se da por mecanismos emocionales más que con principios de valor universal. Pero esto también constituye el punto más frágil de Change.org. Al promover la solución de situaciones que muchas veces tratan de casos personales, el éxito de una petición puede significar en soluciones generales para el conjunto de las personas afectadas pero también, en ciertos casos, que las autoridades para sacarse de arriba un problema privilegien un caso individual relegando al resto, favoreciendo así indebidamente a individuos en vez de resolver el problema de fondo.

Ambos casos también apuntan a una característica, problemática, de la cultura política del mundo virtual. Al igual que las empresas comerciales y de marketing político, las grandes organizaciones de campañas online trabajan con perfilamientos (*profiling*). O sea, para no inundar a sus seguidores con un exceso de emails sobre los más variados temas, los distribuyen de acuerdo con afinidades temáticas mostradas por los apoyos anteriores. El perfilamiento resulta, como en el mundo comercial o en el marketing político, en el cierre cognitivo de los internautas, que reciben información (o propaganda) basada en sus preferencias, limitando el contacto con otros temas.

Finalmente el colectivo YASunidos es una experiencia en el Ecuador de movilización en torno a la prohibición de la explotación de recursos petrolíferos en el Parque Nacional Yasuní. Apoyada inicialmente por el Presidente Correa, a condición de que el sistema internacional compensara financieramente al país, cuando esto se mostró inviable, el presidente modificó su posición y estuvo a favor de la explotación de los recursos naturales. Así, cuando YASunidos realizó una amplia campaña online y offline para recoger firmas apoyando una consulta nacional sobre el tema, debió enfrentar a la oposición de la presidencia de la república y de los parlamentarios del gobierno. Finalmente el Consejo Nacional electoral invalidó un gran número de firmas recogidas presencialmente, no permitiendo la realización de la consulta.

Las peticiones on-line de cierta forma buscan suplir el déficit de legitimidad de las ONGs de la segunda onda, que no poseían un mandato y el apoyo explícito de un público determinado. En este sentido tienen un papel complementario. El desafío es potencializar las sinergias entre ambos formatos a pesar de sus lógicas diferentes: la del trabajo sostenido, constante y a largo plazo de las ONGs dedicadas a temas específicos y el impacto cuantitativo, pero también la lógica caleidoscópica y efímera de las plataformas de apoyos on-line. Estas plataformas, como veremos en forma similar a las plataformas de consulta, deben enfrentar el problema de un "déficit democrático": generalmente los "fundadores" de una plataforma, sitio o comunidad virtual, poseen un control sobre su funcionamiento - la información acumulada, la forma en que es presentada - que no siempre son transparentes.

Plataformas de consulta

Las plataformas de consulta son dedicadas a promover el debate y propuestas en torno a temas específicos. En este libro presentamos dos experiencias, la brasileña en torno a la elaboración de una legislación para la Internet, y la chilena, relacionada a una nueva constitución del país.

La propuesta de un parlamentario del congreso brasileño para regular Internet generó una reacción negativa de usuarios y organizaciones de la sociedad civil, que la consideraron represiva y al servicio de grupos económicos. El Ministerio de Justicia del gobierno brasileño propuso, en 2009, a un centro de investigación localizado en una universidad que elabora una plataforma para recibir subsidios de los ciudadanos, de las organizaciones de la sociedad civil y de empresarios. El número de participantes en la plataforma fue la de algunos millares. La nueva propuesta elaborada por el Ministerio de Justicia a partir de

los subsidios recibidos, denominada "Marco Civil de Internet" fue aprobado por el parlamento brasileño en 2014, y en este momento está a la espera de su reglamentación.

En el contexto de la discusión de una nueva constitución para Chile, bajo el actual gobierno de la presidente Bachelet, fueron creadas varias plataformas para informar, educar, incentivar la movilización y el debate público y apoyar diversas causas. Ninguna de ellas objetiva elaborar una propuesta constitucional. Estas actividades se conjugan con acciones off-line, como seminarios y actividades en el sistema escolar. Los responsables por las diversas plataformas son: gobierno, universidades, think tanks, fundaciones y sectores de la sociedad civil. El impacto de estos esfuerzos no es claramente mesurable, y si tomamos como referencia una de las principales, #TuConstitución, promovida por la Fundación Democracia y Desarrollo, del expresidente Ricardo Lagos, la cantidad de personas involucradas es limitado. Otra dimensión que produce una fragmentación de esfuerzos es la diversidad de iniciativas, hasta cierto punto con objetivos comunes.

Las limitaciones presentadas por las plataformas no les retira su papel de divulgación y sobre todo cada una de ellas presenta arquitecturas que experimentan con nuevos formatos que buscan facilitar la participación en espacios virtuales. Debemos también recordar que el proceso de elaboración de la constitución chilena está en su inicio y posiblemente surgirán nuevas modalidades de participación y de consulta de la ciudadanía usando los nuevos medios de comunicación.

Las plataformas de consulta son un instrumento de movilización y de recogimiento de opiniones con potencial democrático, que enfrenta el desafío de desarrollar formatos en la etapa de la etapa de síntesis del material recogido. ¿Cómo mantener la participación y la trasparencia de la fase inicial de participación, en el segundo momento, que exige coordinación y participación? El caso del Marco Civil de

Internet representa un ejemplo de colaboración fructífera entre el gobierno y la sociedad civil. Fue un mecanismo eficaz para disminuir el peso de los lobbies que actúan directamente junto al poder ejecutivo y los parlamentares en la formulación de políticas públicas. Con todo, sería extrapolar afirmar que el documento representa la "opinión de la sociedad". La consulta sirvió para redistribuir el poder de influencia entre los grupos de elite, pues mediante la movilización de grupos alternativos, el gobierno amplió su margen de maniobra, elaborando una propuesta con mayor legitimidad. El debate sobre la elaboración de la nueva constitución chilena sigue un modelo diferente, donde diversas iniciativas persiguen objetivos variados y no existe un espacio unificado, una única plataforma, responsable por recibir propuestas y transmitirlas a una autoridad pública.

Manifestaciones callejeras

Las manifestaciones callejeras que acontecieron en los últimos años, en Estados Unidos y en España, en el Oriente Medio y en el Brasil, dieron lugar a una amplia bibliografía sobre una nueva generación de "indignados" que gracias a los nuevos medios de comunicación se comunican en forma libre y horizontal, en tiempos muy cortos y producen por veces manifestaciones que llevan a las calles miles de personas. Las movilizaciones callejeras analizadas en este libro tienen Internet y particularmente las redes sociales (Facebook y Twitter) como principal instrumento de comunicación y movilización.

Ciertamente Internet permite una comunicación horizontal masiva e instantánea. Palabras de orden vía hashtags y mensajes e imágenes virales se propagan en tiempo real. Con todo no podemos olvidar que explosiones sociales atraviesan la historia humana y su característica es la imprevisibilidad. Sólo es a posteriori que se encuentran razones para sus posibles causas y razones. En

el caso de las manifestaciones callejeras de los últimos años la novedad el uso de Internet llevó a muchos analistas a ofuscar, en parte por falta de un horizonte de tiempo histórico mayor, las dinámicas de los procesos que anteceden, y sobre todo los posteriores a las manifestaciones. Así cabe recordar, y esto vale para el tema en su conjunto, que los historiadores del presente, esto es los sociólogos y politólogos, ciertamente deben estar siempre atentos a lo nuevo, pero sin desmedro de lo que enseña el pasado. Las sorpresas de muchos analistas sobre los desdoblamientos de la primavera árabe, o las limitadas consecuencias inmediatas de Occupy Wall Street, que fueron saludados por algunos como el inicio de una nueva era de participación democrática y ahora otros banalizan como movimientos incapaces de cambiar la historia, son ambos producto de una visión que dejó de alimentarse de la experiencia histórica. Explosiones sociales son recurrentes en todas las sociedades y desde siempre sus desdoblamientos posteriores fueron controlados por organizaciones que supieron sacar provecho, o neutralizar, la nueva situación.

Los casos analizados en este libro indican la variedad de factores que antecedieron las manifestaciones, su transcurso, y cuando fue posible, sus consecuencias. El caso del movimiento estudiantil chileno muestra la existencia de un grupo que realizó un fuerte trabajo de organización offline antes de partir a la calle. Las demandas del movimiento fueron integradas en el programa de la candidata presidencial de la Concertación y varios de los líderes del movimiento, que sufrió una fuerte caída después de las elecciones, se integraron en el sistema político, como candidatos de partidos en las elecciones y/o como funcionarios del gobierno.

En el Brasil la dinámica de las manifestaciones de junio de 2013 fue bastante diferente. Iniciado por un colectivo organizado offline, el “Movimiento por el Pase Libre”, formado en gran parte por estudiantes, dio sus primeros pasos en 2005, luchando por la mejora de la movilidad urbana y tarifa cero en el transporte público. Las manifestaciones de junio de 2013 es São Paulo rápidamente se expandieron por el país, y en el proceso las principales banderas defendidas

por los manifestantes fueron cambiando. Denuncias contra la corrupción, el desperdicio de recursos para realizar la copa de fútbol, la baja calidad de los servicios públicos pasaron a ser las principales banderas de los manifestantes, realizadas al margen de los partidos políticos y frecuentemente con slogans contra los políticos. Si bien el texto aquí incluido se concentra en los eventos de 2013, éstos pueden ser considerados como un primer episodio, que continuó en las manifestaciones de marzo y abril 2015, dirigidas fundamentalmente contra la presidente Dilma Rousseff pidiendo su impedimento. En esta nueva fase pasan a ocupar un espacio mayor núcleos organizados offline, con línea política conservadora, pro-mercado, que se presentan como los principales promotores de las manifestaciones y buscan promoverse como sus portavoces.

En Venezuela las manifestaciones de 2014 están asociadas a un contexto político extremamente polarizado. Impulsadas por el creciente malestar en relación al gobierno bolivariano las protestas fueron llamadas por las redes sociales, en forma descentralizada. Sin la participación de las ONGs establecidas, en el contexto de una fuerte represión del gobierno y de divisiones internas dentro de la oposición, terminaron perdiendo su impulso. La polarización política y las movilizaciones callejeras alcanzaron la diáspora venezolana, que dio lugar al surgimiento de un sitio y una página de Facebook denominada SOS Venezuela. Producto de una iniciativa de activistas venezolanos, muchos de los cuales se encuentran en el exterior, su propósito era llamar la atención internacional frente a los desmanes del gobierno. Cuando acaban las manifestaciones su actividad declina, pero la marca SOS Venezuela continúa activa en las redes sociales.

Las movilizaciones analizadas muestran formas muy variadas de articulación entre el sistema político, los grupos offline y las movilizaciones callejeras en las cuales los nuevos medios de comunicación juegan un papel central en los llamados a la movilización. En Chile el sistema político-partidario se mostró capaz de absorber las

demandas y liderazgos generados por el movimiento estudiantil. Liderados por militantes generalmente de partidos de izquierda menores consiguieron marcar la identidad del programa de gobierno de la candidata triunfante a la presidencia, como afectaron el eje de la política chilena. El caso brasileño indica la existencia de un malestar en sectores sociales muy variados (que caben en una definición muy amplia de clases medias), insatisfechos con el sistema político y los partidos. Su impacto fue el de marcar un nuevo momento en la política brasileña, en que la calle fue tomada por sectores insatisfechos con el gobierno del PT, pero no sólo con él. Solo el futuro indicará la importancia de este movimiento, si fue el punto de partida efectiva de cambios en el sistema político o una explosión social incapaz de producir cambios políticos mayores. Finalmente en Venezuela tenemos una polarización política, en la cual juegan un papel central el gobierno y los varios sectores de la oposición, que buscan reprimir, capturar o apaciguar el movimiento de las calles. Fueron un capítulo del drama político más amplio: producto y reflejo de la radicalización de parte de la oposición y su enfrentamiento con el gobierno.

¿Nos encontramos, en ciertos casos de movilizaciones callejeras, frente a nuevos movimientos sociales o son "explosiones de opinión pública", que no se consolidan en formaciones permanentes, lo que no significa que dejen marcas en los participantes y en la sociedad?

Nuevas formas de sociedad civil

No existe un formato único de relación entre la primera y segunda onda y la nueva que se configura en el ciberespacio. Podemos distinguir, en forma simplificada, diversos modelos.

En algunos casos presentados en el libro, como el movimiento estudiantil y el de No Alto Maipo, contra la instalación de hidroeléctricas en Chile, el movimiento campesino en Colombia, las protestas en Venezuela y varias plataformas relacionadas a la elaboración de la nueva constitución chilena se trata de organizaciones de la primera y segunda onda, que utilizan los medios virtuales para movilizar apoyos y alcanzar un público más amplio.

Un formato diferente de hibridación entre la "vieja" y la "nueva" política es la Marcha por la Vida, promovida por el político colombiano Antanas Mockus, realizada a través de un llamado por las redes sociales para participar de un evento que se definía como supra-partidario. O sea un político hace un llamado a la población e inclusive a la participación de otros líderes partidarios, pero obtiene un suceso relativo, pues a pesar de su resonancia en las redes no consigue totalmente deslindar el campo de los intereses personales político-partidarios de un mensaje que busca ser ecuménico.

Muchos de los estudios de caso muestran una cierta incapacidad, o circunvalación de las ONGs tradicionales. En el caso de la Marcha de las Putas en Colombia y Ni una Menos en Argentina, tenemos el surgimiento de una movilización feminista que se realiza al margen de las organizaciones establecidas dedicada a esta causa. Ciertamente producto de un siglo de luchas por los derechos de la mujer, las nuevas activistas salen a la calle para defender sus "derechos humanos", dentro de una visión que ya no es parte de un discurso "feminista" pero de individuos (¿deberíamos decir individuas?) que exigen respeto como seres humanos autónomos.

En el caso dela marcha Ni una Menos, en Argentina, la movilización se da a partir de mujeres periodistas, contra el feminicidio y la violencia contra las mujeres, a la cual sumaron su apoyo personas de prestigio en el campo de la comunicación, la cultura e inclusive de la política, pero donde las ONGs como instituciones no jugaron un papel relevante. Su suceso lleva a que políticos busquen capitalizar el evento mismo asociándose a través de declaraciones e imágenes de apoyo.

La Marcha de las Putas, en Colombia, tiene una génesis más inédita. Promovida por una militante no conocida de los derechos humanos, inspirada en una manifestación realizada en Canadá, genera un movimiento en las redes que obtiene una amplia adhesión y promueve una manifestación donde los slogans más variados hablan de la libertad de las personas. Realizada sin el apoyo de las organizaciones feministas, solo en una segunda marcha cuenta con la adhesión de una ONG que impone temas de su interés (el tratamiento de las prostitutas), pero ya la adhesión es menor. Finalmente la promotora de las marchas crea su propia ONG, para asegurar la continuidad de la iniciativa cuando pierde visibilidad pública.

Finalmente Quito, Yo me Apunto, presenta la experiencia donde una persona primero a partir de las redes sociales, y después de encuentros offline, desarrolla un espacio virtual que elabora propuestas para mejorar la calidad de vida de la ciudad, y que a través de contactos con las autoridades de la ciudad obtienen resultados efectivos. La iniciativa llega a su fin cuando cambia el gobierno local y la acción sistemática de disrupción de *trollers* (provocadores) en la página de Quito Yo me Apunto, posiblemente asociados a intereses políticos, llevó a encerrar la experiencia.

Las nuevas formas de organización presentan fortalezas y fragilidades. En el caso de Quito, Yo me apunto y en las Marchas de las Putas sobresale el papel de una persona, pero también la dependencia y el poder que ella tiene sobre la iniciativa. En la Marcha campesina o la del Alto Maipo el apoyo recibido de la sociedad civil es importante, pero en buena medida se diluye rápidamente.

> Si no poseen los vicios de la burocratización, pues no tienen como objetivo la auto-reproducción, los nuevos formatos de sociedad civil presentan fragilidades, que dificultan su permanencia en el tiempo y la acumulación de conocimientos. En este nuevo paisaje tenemos "colectivos" que substituyen a las "organizaciones" y donde las tomas de decisiones aparecen como producto de consultas pero que tam-

bién permiten que líderes, generalmente los promotores iniciales, tengan un amplio margen de poder discrecional. En el caso de ONGs que surgen orientadas desde su creación para actuar en el mundo virtual, como captadoras de apoyos para causas, como Avaaz o Change.org, estas disparan en dirección de los más diversos asuntos, no siendo el objetivo la dedicación constante a la defensa, incluyendo el análisis y reflexión, de causas específicas.

En general observamos que el formato ONG, se encuentran hasta cierto punto cuestionado por la cultura política y formas de participación promovida por el mundo virtual. La nueva figura social de los movimientos promovidos por la Internet es la de los colectivos, que substituyen a las "organizaciones, y de los indignados. Los indignados se refiere a una categoría amplia, que refleja una cultura política sustentada por valores democráticos, pero formado por individuos sin una identidad política consistente, que no permite crear lazos más allá del momento de la acción, ni desarrollan un programa en relación a lo que es deseable, de espaldas y/o desconfiada (para decirlo en forma tibia) de los políticos y de la política institucional. Los "colectivos" enfatizan el carácter democrático y fluido de las organizaciones, donde no existirían jerarquías ni líderes, lo que, como vimos, no se confirma en la práctica.

El papel de los medios tradicionales de comunicación

Los estudios de casos muestran que los ciber-activistas se esfuerzan activamente para que sus causas encuentren eco en los medios tradicionales de comunicación. Esto a pesar de que muchos de ellos sean a menudo extremamente críticos de la prensa comercial. De alguna forma los medios tradiciona-

les mantienen la capacidad de legitimar, o no, las informaciones que circulan en la red y/o de las movilizaciones sociales que ellas desencadenan. Las razones de la continúa importancia de estos medios posiblemente se debe a, por lo menos, dos factores: 1) Los medios tradicionales continúan siendo para buena parte de la población la fuente más confiable de información. 2) La comunicación en el ciberespacio por más amplio que sea su alcance, llega a un público limitado.

Las relaciones entre el nuevo espacio virtual y los medios tradicionales por veces es tenso, por momentos se fertilizan mutuamente y en ciertos casos se desencuentran. En el libro presentamos tres estudios de caso donde los medios tradicionales son ultrapasados por los eventos, o que la insatisfacción con ellos genera nuevas alternativas de periodismo profesional. En Venezuela, la represión del gobierno a los medios de comunicación llevó a que grupos de periodistas profesionales establecieran periódicos on-line: Efecto Cocuyo y Crónica Uno. En el Brasil la Midia Ninja, formado por un grupo que promueve el periodismo alternativo, se transformó durante las manifestaciones de junio de 2013 en un canal de transmisión de imágenes, en particular de la represión policial, a la cual se volcaron amplios sectores de la población, en particular los jóvenes. Finalmente el análisis de los eventos del 30 septiembre de 2010 en el Ecuador, durante el levantamiento policial, muestra como los ciudadanos pasaron a utilizar las redes sociales, en particular el Twitter para informar en tiempo real el desarrollo de los acontecimientos, frente al desborde primero de los medios tradicionales y posteriormente frente a la acción del gobierno de controlarlos.

Dependencia de redes sociales comerciales

Todos los estudios de caso indican que el ciberactivismo transcurre fundamentalmente en las redes sociales, particularmente en Facebook y Twitter, y en la transmisión de imágenes, YouTube.[4] Inclusive los activistas más críticos

4 Posiblemente estudios de casos futuros indicarán la importancia del WhatsApp.

de estas redes las usan sistemáticamente. El Facebook es usado para diseminar mensajes y contenidos un poco más elaborados y el Twitter es particularmente útil en relación a la transmisión de información específica sobre acontecimientos y diseminar palabras de orden.

La crítica tradicional a los medios de comunicación era que la comunicación de masas estaba monopolizada por sus propietarios, afectando sus agendas. Por otro lado la comunicación cara a cara jugaba un papel importante, muchas veces contraponiéndose a los medios tradicionales.

En la medida en que gran parte de la comunicación se realiza en el mundo de las redes virtuales tenemos una nueva conformación del espacio público. El intercambio de mensajes, inclusive el que anteriormente se realizaba en forma presencial, acontece a través de redes sociales que no controlan el contenido, pero definen el formato a través del cual se organiza la información y que es capturada para fines comerciales. De esta forma el formato de las redes responde al objetivo de obtener la máxima cantidad de información de las personas y sus preferencias actuales, que son "perfilizadas" y comercializadas. En el caso de Facebook, por ejemplo, esto significa que la "línea de tiempo" es un caleidoscopio de los más diversos mensajes, que van cambiando a cada instante de tema, y que, en el mejor de los casos, dan lugar generalmente a comentarios banales en variaciones de "like it". El Twitter por su vez con sus mensajes cortos está lejos de ser un espacio de debate público.

En suma, si las redes sociales permiten una comunicación horizontal, pero se estructuran de forma tal que no favorecen el debate argumentativo termina predominando la simplificación y polarización. Como hemos visto plataformas que buscan desarrollar intercambio más profundo todavía están dando sus primeros pasos y no alcanzan el amplio público.

Conclusiones: nuevas tecnologías y el devenir de la democracia

Los diferentes textos indican que la imbricación online/offline tiende a profundizarse en forma creciente, siendo que para los navegantes virtuales, en particular los más jóvenes, el pasaje de uno para otro es constante, y ambos espacios llegan a ser vividos como indiferenciados. Al mismo tiempo que la experiencia subjetiva de la separación entre lo online y lo offline tiende a borrarse, un proceso similar se da en el proceso de construcción de ambas esferas: los actores tradicionales offline se transfieren e interfirieren en forma creciente en el universo de la comunicación política, particularmente en las redes sociales. Como aparece en todos los estudios de caso, sin negar la especificidad y potencialidades propias de la comunicación virtual, ella no puede ser comprendida si no integramos las dinámicas de los actores en el mundo offline.[5]

Quizás más que crear nuevos conceptos para caracterizar esta situación en que las dos dimensiones se imbrican, lo que se trata es de recordar que cuando se habla del mundo online y offline no nos referimos a realidades aisladas donde actuarían actores sociales diferentes. Al mismo tiempo no pueden ser confundidas. Se trata de una distinción por veces tenue, pero real y en momentos decisiva, entre el acto de clicar y el de estar presente en la calle, entre ser un simple usuario o poseer recursos materiales para invertir en la programación y producción de contenido a gran escala, entre el poder de enviar mensajes y el de disponer de medios legales y represivos para interferir. Ciertamente en la medida que avanza la "Internet de las cosas" la fusión entre ambos universos será tal que exigirá nuevas conceptualizaciones. Vivimos en un periodo histórico en que conviven un mundo que está llegando y otro que está dejando de ser, pero su impronta continúa (muy) presente.

5 La necesidad de estudiar la relación online/offline se da igualmente en los más diversos campos, como en la educación, donde se esperaba que la distribución de computadores, independientemente del ambiente educativo (en particular la formación de profesores) haría milagros, que en general no ocurrieron, o, a la acción de grupos terroristas.

Los estudios de caso indican que en regímenes con tendencias autoritarias (como la Venezuela del presidente Maduro o Ecuador del presidente Correa) el estado interfiere directamente en el mundo virtual, sea usando instrumentos legales como discrecionales, limitando la libertad de expresión y movilizando recursos opacos (como robots o equipos de profesionales de la comunicación que se dedican a provocar disrupciones en sitios, blogs y redes sociales opositoras). Es igualmente en situaciones autoritarias donde el potencial libertario de la red tiene un papel más decisivo.

Con todo, no solo en regímenes autoritarios el estado busca controlar e interferir en el mundo virtual. Gobiernos democráticos también están presentes en el espacio público virtual. El financiamiento con recursos públicos de periódicos on-line y blogueros "amigos", el acompañamiento de lo que acontece en las redes y el uso de robots para aumentar el número de "seguidores" de los tweets de los presidentes y diseminar mensajes de apoyo pasó a ser una práctica ampliamente diseminada.

La expectativa de que el mundo online generaría un espacio en que los ciudadanos empoderados por la posibilidad de alcanzar directamente el espacio público y se por comunicarse en redes horizontales estarían más motivados a participar no se confirma. Ciertamente en momentos de "explosión social", en que eventos movilizan a la ciudadanía, la comunicación online directa, horizontal y de masas alcanza grandes números y efectos políticos importantes, pero en general la comunicación política continúa siendo un tema de interés de minorías. En las redes no solo predominan los mensajes personales como los "líderes de opinión" son los pop stars. En los temas políticos pocos se relacionan y argumentan sobre asuntos más complejos, reduciéndose a opiniones que difícilmente van más allá de "like it" o comentarios cortos, generalmente en tono de denuncia. Las plataformas de consulta alcanzan sectores muy limitados de la ciudadanía. Esto sin mencionar la brecha digital que continúa siendo muy importante en la región, a pesar de los avances ocurridos en los últimos años.

La afirmación anterior no niega que el universo virtual tenga características propias, que transforma profundamente las formas tradicionales de comunicación y de sociabilidad. Esto crea nuevas oportunidades de comunicación ciudadana particularmente actractivas para los jóvenes y abre espacio para una nueva generación de comunicadores, modificando la dinámica del espacio público y permitiendo nuevas formas de activismo y de cultura política. Para asegurar el carácter democrático de nuevas formas de participación, es necesario que estos instrumentos sean transparentes, minimizando los efectos del anonimato por el aumento de la capacidad crítica y de discernimiento de los ciudadanos.

Internet fue considerada, y para muchos todavía es, como la posibilidad de substituir la representación por la participación directa, o colocado en forma diferente, la posibilidad de eliminar los intermediarios entre los ciudadanos y las decisiones de gobierno. Los estudios de casos presentados, sea de nuevas formas de partidos, de plataformas de consulta o de campañas online, indican las potencialidades y límites de los nuevos sistemas de consulta o de comunicación directa y movilización de la ciudadanía. Las redes sociales son extremamente eficaces cuando se trata de enviar mensajes claros y simples en momentos de movilización o cuando se refieren a temas puntuales que suponen una respuesta binaria, pero hasta el momento no consiguieron desarrollar plataformas que permitan la deliberación de un gran número de participantes sobre temas complejos que exigen esfuerzos de negociación y síntesis.

La comunicación política virtual en gran medida tuvo un papel más de "contra-democracia"[6], de expresión del malestar con problemas centrales que atraviesan las sociedades democráticas, como la desigualdad social. Para dejar de ser un instrumento de catarsis social esta debe ser capaz de transformar las

6 Caracterizada por Pierre Rosanvallon como mecanismos complementarios a los electorales, de crítica y denuncia a partir de una desconfianza saludable a los políticos y a las instituciones, que pueden resbalar para un distanciamiento frente al sistema político, que se expresa en un ciudadano "a-político" o "impolítico" que lleva a la estigmatización del sistema representativo y, finalmente, al populismo destructivo. La contre-démocratie. *La politique à l'âge de la défiance,* Paris: Seuil, 2006.

instituciones democráticas y las políticas de los gobiernos. **El gran desafío es el de articular las posibilidades de participación virtual y movilización callejera con formas representativas, las manifestaciones efímeras con organizaciones que se sustentan en el tiempo.** Una relación virtuosa entre las diferentes formas de comunicación y organización es el camino para enfrentar las distorsiones en la cultura política que predomina actualmente en el mundo virtual. Esto exige innovaciones organizacionales de los partidos políticos y las ONGs, que permitan integrar la comunicación virtual en las formas de organización, participación, movilización interna y contacto con los ciudadanos. Y, por parte de los ciudadanos, un aprendizaje crítico sobre el uso de la Internet, que debe comenzar en las escuelas, como instrumento de información y participación política.

En ciertas visiones de democracia virtual la vida política sería una consulta permanente con los ciudadanos. Esto implica suponer que la política es el agregado de opiniones personales y no una construcción colectiva, producto de un esfuerzo argumentativo y de negociaciones que permiten no solo crear consensos como propuestas y visiones de la sociedad posible y deseable, que exigen organizaciones estables capaces de procesar los debates y asegurar una continuidad en el tiempo de corrientes de opinión pública.

Cada onda de la sociedad civil transformó la institucionalidad política y las formas de participación social. La primera onda promovió los derechos de los trabajadores y el acceso a bienes públicos (como salud, educación, jubilación), directamente disminuyendo la desigualdad y el estado de bienestar social. La segunda onda fue exitosa en avanzar temas hasta cierto punto obliterados por la primera, como las relaciones de género, la discriminación contra opciones sexuales, la situación de minorías raciales e indígenas, la violencia del estado y la conciencia sobre el medio ambiente. Pero al mismo tiempo que amplió y profundizó las expectativas igualitarias y la búsqueda del reconocimiento y dignidad de cada persona, se mostró impotente frente al aumento de la desigualdad social.

La tercera onda, como no podemos dejar de insistir, está en sus inicios y es mucho más difícil de asir. Estamos hablando de un vehículo, la red, que hoy, y cada vez más, permea todas las actividades humanas y tiene como su consecuencia, la creación de un nuevo formato de espacio público, que conlleva nuevas formas de comunicación y organización de las relaciones sociales que afectan los diversos tipos de activismo político y sus contenidos. Este libro es un esfuerzo de mapear algunos aspectos de estas transformaciones, mostrando la diversidad, las contradicciones, las posibilidades virtuosas y los riesgos que se abren para la democracia en el siglo XXI.

El mundo virtual ciertamente es más democrático, en el sentido que creó un espacio más amplio de expresión y circulación de opiniones, reduciendo los costos de transacción comunicacional, facilitando la comunicación y movilización de los ciudadanos. Al fusionar la comunicación política y la comunicación subjetiva personal, dio lugar a la profusión de mensajes cortos, donde predominan estados personales de ánimo, el malestar personal y la denuncia, marginalizando el debate informado constructivo de una agenda positiva. Si disminuyó el peso relativo de los medios tradicionales surgieron en el mundo virtual influencias de poder fáctico más nocivas, pues escondidas en el anonimato, la dependencia de estructuras de redes sociales orientadas por los intereses económicos y la capacidad potencializada del estado (y empresas) con un volumen de información de sus ciudadanos que causaría la envidia de cualquier régimen totalitario.

En suma, lo que tenemos con los nuevos medios de comunicación es una enorme expansión del espacio público junto con la pérdida de substancia y especificidad. Ambas tendencias conviven y compiten. Construir un espacio público virtual capaz de neutralizar los usos negativos y potencializar su lado virtuoso es el gran desafío del ciberactivismo, que como mostramos en este trabajo, depende de un

esfuerzo de crear soluciones que asocien el mundo on-line y offline, delegación y participación directa.

Argentina

Rocío Annunziata
Emilia Arpini
Tomás Gold
Bárbara Zeifer [1]

1. Introducción: el contexto de la participación ciudadana en Argentina
2. Acceso, uso y marco jurídico de internet en Argentina
3. #NiUnaMenos: los cuerpos en la calle
4. Partido de la Red: experimentalismo democrático
5. Change.org: el grito digital
6. Conclusiones: convergencias on-line/off-line
7. Bibliografía y fuentes citadas

1 Rocío Annunziata es profesora de la Universidad de Buenos Aires e Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET); Tomás Gold es becario doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET); Emilia Arpini es becaria de nivel doctoral de la Universidad de Buenos Aires y Bárbara Zeifer es becaria de Maestría de la Universidad de Buenos Aires.

1. Introducción: el contexto de la participación ciudadana en Argentina

La participación ciudadana en Argentina estuvo marcada desde el retorno de la Democracia y hasta el cambio de siglo, por dos grandes conjuntos de actores. En primer lugar, los movimientos de Derechos Humanos presentaron una configuración novedosa en su formato y sus reclamos frente a actores más tradicionales de la sociedad civil que también tuvieron gran protagonismo en la década de los ochenta: sindicatos y partidos políticos. Pero ya durante los años noventa emergieron, como consecuencia del desempleo producido por las políticas neoliberales, actores que fueron fundamentales en la escena pública argentina durante varios años y que tomaron su nombre precisamente de su forma de aparecer en público: los llamados "piqueteros". Este segundo grupo de actores estuvo constituido por agrupaciones de desocupados ligadas a sindicatos, partidos políticos de izquierda o colectivos autonomistas y sus acciones de cortes de ruta se orientaban a reclamar recursos del Estado (programas sociales) en un contexto de severa crisis económica, pobreza e indigencia (al tiempo que organizaban en el territorio prácticas de subsistencia como comedores, merenderos y roperos comunitarios).

La reunión de movimientos piqueteros y ciudadanos no organizados que vieron empeorar sus condiciones de vida significativamente explotó en la bisagra del siglo con el célebre "cacerolazo" de diciembre de 2001. Esta masiva movilización fue interpretada como una reacción a la confiscación de los depósitos bancarios que se había anunciado, pero también constituyó una reacción ciudadana a la declaración del estado de sitio decretado por el entonces presidente. Golpeando sus cacerolas, miles de argentinos se reunieron en la Plaza de Mayo y en muchas ciudades del país durante las jornadas del 19 y el 20 de diciembre de 2001 al grito de "Que se vayan todos, que no quede ni uno solo", logrando como efectos inmediatos la renuncia del Ministro de Economía y del Presidente F. De la Rúa, pero teniendo que lamentar un saldo de muertos y he-

ridos por la represión policial. El rechazo profundo a todos "los políticos" fue el punto más alto de la crisis de representación en Argentina y fue acompañado por una efervescencia social y ciudadana que le dio continuidad al estallido emergente por medio de asambleas barriales durante gran parte del año 2002. El "cacerolazo" de diciembre de 2001 constituyó en algún sentido el último de los movimientos del siglo XX y el primero del siglo XXI. Fue el último del siglo XX porque sus protagonistas eran, en parte, actores organizados de la sociedad civil, marcados por los rastros de las formas organizativas del pasado como sindicatos y partidos de izquierda; y la reacción a la declaración del Estado de Sitio puede verse como heredera de los movimientos de DDHH; fue también el primero del siglo XXI porque el resto de sus protagonistas eran ciudadanos independientes que salieron espontáneamente a protestar a medida que los medios de comunicación transmitían las imágenes y propagaban la movilización. La televisión cumplió en diciembre de 2001 un rol similar al que cumplirían las redes sociales años después, en Argentina y en el mundo, como difusoras, sino creadoras, de masivas movilizaciones ciudadanas.

Con la llegada a la presidencia de Néstor Kirchner, luego de la transición de E. Duhalde, se produjeron varios cambios con respecto al escenario que había dejado el año 2001. Por un lado, la recuperación económica y el desgaste hizo mermar las asambleas barriales, y la política de inclusión y no represión transformó a muchos de los movimientos piqueteros en movimientos sociales oficialistas. Por otro lado, la política de Derechos Humanos que llevó adelante el gobierno desde sus inicios, le valió el apoyo de los movimientos como Madres y Abuelas de Plaza de Mayo, que se volvieron aliados claves en la configuración kirchnerista naciente. Durante la segunda presidencia del kirchnerismo, con Cristina Fernández de Kirchner a la cabeza del gobierno, surgieron nuevas organizaciones de apoyo al oficialismo en coyunturas críticas como el conflicto con los sectores agropecuarios en 2008 (el grupo de intelectuales reunidos en Carta Abierta, por ejemplo) o la muerte de N. Kirchner en 2010 (la agrupación juvenil "La Cámpora" bajo el liderazgo de su hijo Máximo).

En paralelo, en el nivel de los gobiernos locales, comenzó después de la crisis de 2001 el surgimiento y luego expansión de dispositivos participativos convocados por las autoridades que invitaban a los vecinos a discutir y decidir sobre su territorio inmediato. El ejemplo paradigmático fue el del Presupuesto Participativo que surgió por primera vez en 2002 en Rosario y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, luego en 2006 en el Municipio de Morón de la Provincia de Buenos Aires y que llegó a extenderse en los años siguientes a más de 50 municipalidades de 14 provincias argentinas. El gobierno nacional le proporcionó un fuerte impulso a esta política con la creación de la Red Argentina de Presupuestos Participativos en 2008, pero la puesta en marcha de este mecanismo de participación fue transversal a los colores políticos o etiquetas partidas de los gobiernos locales. El alcance de los dispositivos como los Presupuestos Participativos (u otros como consejos barriales, consejos consultivos temáticos, planificación estratégica participativa, etc.) nunca dejó de ser limitado en los efectos para las condiciones de vida de la población, dados los pocos recursos con los que generalmente se contó y la concentración de las asambleas en problemas puntuales del barrio o de la cuadra que fomentaba el diseño institucional (Annunziata, 2013).

A esta forma de participación "otorgada" desde arriba más que "conquistada" desde abajo por la ciudadanía y orientada principalmente a la gestión del entorno inmediato, se sumarían al promediar la primera década del siglo ciclos de protestas que apelaban a la figura de los auto-convocados y que reunían malestares heterogéneos en rechazo de situaciones y particularmente decisiones o medidas de los gobernantes. Una de las primeras movilizaciones masivas convocadas por un "ciudadano común" y reivindicando la ausencia de consignas políticas, banderas y organizaciones, había sido el ciclo de marchas por la seguridad impulsada por J. C. Blumberg en 2004, luego de que su hijo Axel fuera secuestrado y asesinado. Pero movilizaciones posteriores, contra determinadas decisiones del gobierno, fueron interpretadas más claramente como "anti-oficialistas" al tiempo que apelaban a la legitimidad de la "espontaneidad". Se tra-

to del ciclo de "cacerolazos" que tuvo lugar entre 2012 y 2013 y que constituyeron las primeras movilizaciones nombradas por su fecha, demostrando su carácter fugaz y acontecimiental: 13S (2012), 8N (2012), 18A (2013) 8A (2013). También fueron las primeras en ser convocadas e impulsadas directamente desde las redes sociales y en mostrar los rasgos más salientes de los movimientos ciudadanos contemporáneos: ausencia –al menos aparente- de actores organizados, ausencia de portavoces oficiales, multiplicación de las consignas individuales y reunión de la heterogeneidad en la expresión de un rechazo, elaboración artesanal de carteles en lugar de banderas, etc.

En 2015 comenzaba un año electoral crucial en Argentina, no sólo porque tendrían lugar en octubre las elecciones presidenciales y legislativas además de las elecciones para gobernadores en las provincias a lo largo del año, sino porque tanto oficialistas como opositores coincidirían en que una etapa del país iba a concluir con la asunción del nuevo presidente, debido a la imposibilidad de la re-re-elección y luego de los doce años que habían transcurrido con la presidencia de Néstor (2003-2007) y luego Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011 y 2011-2015). La muerte del fiscal que investigaba el atentado a la AMIA, A. Nisman, cuando comenzaba el año, fue el origen de una nueva movilización similar a los cacerolazos de 2012-2013, convocada por las redes mediante el hashtag #YoSoyNisman.

La participación ciudadana on-line se había ido consolidando en paralelo con el rápido aumento del acceso y uso de las nuevas tecnologías. Parece estar instalada como una herramienta a la que acuden crecientemente los actores ciudadanos, tanto opositores como oficialistas, como se está observando en el presente durante la última etapa de la campaña electoral, en la que proliferan las auto-convocatorias ciudadanas para apoyar al candidato kirchnerista Daniel Scioli frente a su oponente Mauricio Macri. De hecho, la participación ciudadana on-line no sólo ha producido manifestaciones de rechazo, ni manifestaciones fácilmente inscribibles en los clivajes políticos coyunturales. Tal es el caso de la movilización #NiUnaMenos que

tuvo lugar el 3 de junio de 2015 en contra de la violencia contra las mujeres. Tampoco la participación ciudadana on-line se ha reducido a convocar movilizaciones, sino que se han generado también plataformas para la participación ciudadana con el objetivo de deliberar y decidir sobre proyectos de ley, como el Partido de la Red, o de presionar a los gobernantes para lograr cambios sociales, como Change.org.

En las páginas que siguen exploraremos estas tres experiencias innovadoras con el propósito de analizar cuáles son los nuevos actores de la participación ciudadana. Estos nuevos actores parecen emerger en la convergencia entre lo on-line y lo off-line, llamando la atención contra las visiones centradas exclusivamente en las virtudes o potencialidades de las nuevas tecnologías de información y comunicación, pero también considerando la magnitud de los cambios que las mismas han introducido en los actores ciudadanos y las formas de participación. Hay que señalar que el contexto electoral de 2015 influyó en los tres casos que analizamos de maneras diversas: reveló la tensión entre las agendas ciudadana y electoral con la movilización #NiUnaMenos, demostrando la ausencia de la cuestión de la lucha contra la violencia machista en las propuestas de casi todos los partidos políticos; obligó al Partido de la Red a desarrollar acciones para instalarse públicamente en una escena en la que no pudo competir electoralmente; y potenció las peticiones en la plataforma Change.org vinculadas a cuestiones institucionales y electorales y retomadas por dirigentes de la oposición. Pero esta coyuntura específica habrá pasado a poco tiempo de la redacción de este trabajo y lo que permanecerá será la emergencia de nuevos actores de la participación ciudadana del cruce de los universos on-line y off-line y los desafíos de la teoría para conceptualizar con precisión su novedad.

2. Acceso, uso y marco jurídico de internet en Argentina

El último informe del Latinobarómetro ha revelado un crecimiento muy significativo de la participación ciudadana informal en la región latinoamericana, por fuera de los canales institucionales, lo cual constituye un terreno propicio para el impacto de internet y las redes sociales en la participación. De acuerdo el informe, uno de cada tres ciudadanos de la región estima que participar en las redes sociales es una forma de participación política. Del total de los encuestados en Argentina, el 22 % cree que las redes sociales permiten participar en política; 27 % cree que las redes crean la ilusión de estar participando y sólo el 12% creen que las redes no sirven para participar en política –el resto NS/NC- (Latinobarómetro, 2015). Lo que parecen mostrar estos datos es que las redes sociales se están instalando crecientemente como herramienta de participación, aún cuando para muchos permanezca el escepticismo sobre su alcance político.

Pero es preciso considerar la magnitud del acceso y del uso de internet para tener una visión adecuada de quiénes son los ciudadanos que pueden estar incluidos en las formas de participación que las redes sociales y plataformas on-line pueden ofrecerles. El informe del Latinobarómetro recién mencionado indica que ha disminuido en 15% la cantidad de personas que afirmaban no haberse conectado nunca a internet; en 2015, mientras que el promedio regional para los que nunca se han conectado resulta de 46%, en Argentina este valor es de 38%, mostrándose como uno de los países latinoamericanos que menos se ven afectados por la denominada "brecha digital"[2]. Sin embargo, estos datos pueden darnos aún un indicador sesgado de la distribución del acceso a nuevas

2 Facebook es la red social más usada en la región, y Argentina está a la cabeza del conjunto de los países con un 59% de uso de esta red. Argentina constituye la tercera mayor audiencia online de la región después de Brasil y México, con 18,6 millones de usuarios únicos (ComScore, 2014). Según la consultora OIA (Observatorio de Internet en Argentina, 2015), Facebook tendría 16 millones de usuarios activos por día y Twitter, 4,7 millones de usuarios activos por mes.

tecnologías en el territorio del país. Según la Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación, entre 2011 y 2015 se elevó significativamente tanto el acceso a computadoras como el acceso a internet en los hogares (pasando de 56,4% a 67,0% y de 41,0 % a 61,8 % respectivamente) para el total de 31 aglomerados urbanos relevados (ENDEC, 2015). No obstante, la concentración geográfica en las áreas urbanas y provincias más pobladas sigue siendo un factor a tener en cuenta: en septiembre de 2014, por ejemplo, se registraron 13.366.561 accesos residenciales a internet, de los cuales un 77,7% estaba concentrado en la ciudad de Buenos Aires y las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza (INDEC, 2014).

Para reducir la brecha digital, se han lanzado en Argentina dos programas nacionales en particular. Por un lado, el Programa Conectar Igualdad, creado en abril de 2010 a través del Decreto Nº 459/10, con el propósito de lograr una sociedad alfabetizada en las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), ampliando el acceso a recursos tecnológicos e información sin distinción de grupo social, económico ni geográfico. Conectar Igualdad recorre el país distribuyendo netbooks[3] a alumnos y docentes de las escuelas secundarias, de educación especial y de los institutos de formación docente de gestión estatal, contemplando el uso de las mismas tanto en la escuela como en los hogares de los alumnos y de los docentes; busca así impactar en la vida diaria de todas las familias y mejorar la inclusión digital en todo el territorio. Por otro lado, el Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada, lanzado también en 2010, se presentó como una estrategia integral de conectividad para mejorar la comunicación de todos los habitantes del país, enfocado particularmente en localidades alejadas de los grandes centros urbanos, que son consideradas como “no rentables” por las empresas de telecomunicaciones; para ello, se propone la construcción de la infraestructura necesaria y la provisión del equipamiento, configurando una red de fibra óptica segura, estratégica

3 En noviembre de 2015, este programa había entregado 5.314.950 netbooks en todo el país.

y soberana. El impacto de ambas políticas no ha sido evaluado todavía, pero, como mencionamos anteriormente, el acceso a computadoras e internet en los hogares viene creciendo durante los últimos cuatro años de manera destacable.

En cuanto al marco normativo vinculado específicamente a las nuevas tecnologías, en el caso argentino es reciente y quedan aspectos aún por regular como impactos de la regulación aún por evaluar. El 18 de diciembre de 2014 se promulgó la Ley 27.087 ("Argentina Digital") que declaró de interés público el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, las Telecomunicaciones y sus recursos asociados, buscando también garantizar la neutralidad de las redes. Uno de sus aspectos más significativos es la consagración legal de la neutralidad de la red: "Se garantiza a cada usuario el derecho a acceder, utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación, servicio o protocolo a través de Internet sin ningún tipo de restricción, discriminación, distinción, bloqueo, interferencia, entorpecimiento o degradación." (Artículo 56). Asimismo, la Ley considera que las comunicaciones y telecomunicaciones son "derechos humanos" y declara a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como "servicio público esencial y estratégico". La ley se consagra mayormente a la regulación de la prestación de estos servicios. Para ello crea la autoridad de aplicación, Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (AFTIC), organismo descentralizado y autárquico en el ámbito del Poder Ejecutivo (Artículo 77), así como el Consejo Federal de Tecnologías de las Telecomunicaciones y la Digitalización (Artículo 85), un organismo de asesoramiento para la AFTIC en el diseño de la política pública de telecomunicaciones. Entre las principales funciones de la AFTIC se encuentran: regular y promover la competencia y el desarrollo eficiente de las TICs; resolver sobre el otorgamiento, la prórroga, la revocación de licencias, registros, permisos y autorizaciones a las empresas; promover y regular el acceso a las TICs y a los servicios de telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e Internet, en condiciones de competencia efectiva.

La libertad de expresión en internet y la protección de datos personales están enmarcados en normativas previas, adaptadas, pero que no han sido elaboradas específicamente para el uso de las nuevas tecnologías y la circulación de información en el ámbito on-line. En cuanto a la protección de datos personales, se encuentra vigente la Ley 25.326 del año 2000, que creó la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales y que trata la acción de habeas data garantizada en el artículo 43 de la Constitución Nacional de 1994. La finalidad de esta Ley fue salvaguardar los datos de carácter personal que se encontrasen en registros o bancos de datos, para garantizar el derecho al honor y a la intimidad de las personas, como el derecho de controlar la información que sobre las mismas se registre. Por otra parte, la Ley 26.032, sancionada el 18 de mayo de 2005, estableció que "La búsqueda, recepción y difusión de información e ideas de toda índole, a través del servicio de Internet, se considera comprendido dentro de la garantía constitucional que ampara la libertad de expresión." Sin embargo, es preciso tener en cuenta, que las empresas privadas (Facebook, Twitter, Youtube, etc.) pueden tener mucha relevancia en cuanto a la libertad de expresión de sus usuarios, en tanto que se reservan la potestad de retirar contenidos publicados por ellos, por ejemplo, en casos de mensajes discriminatorios o de violencia explícita. Pero sobre sus criterios para juzgar estos contenidos no se cuenta con una regulación o normativa específica. El Estado no puede censurar contenidos de la red, pero al mismo tiempo, y por esa razón, tampoco dispone de muchas herramientas para luchar contra la discriminación en este ámbito. En 2010 el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI), dependiente del Poder Ejecutivo, creó un Observatorio de Redes Sociales contra el acoso. Sin tener la posibilidad de dar de baja páginas o grupos de Facebook, se propuso entrar en contacto con las redes sociales internacionales que operan en Argentina y las nacionales para actuar como "usuario con privilegios" y denunciar contenido discriminatorio o comentarios violatorios de la ley.

En todo caso, los desafíos pendientes en la regulación muestran que no existe una separación entre un mundo "virtual" y uno "real" en términos de

derechos ciudadanos y de participación democrática; entre los ámbitos on-line y lo off-line hay una conexión permanente y problemáticas comunes. Reconociendo que, a diferencia del espacio público tradicional, el ámbito on-line, las nuevas tecnologías de información y comunicación y en particular las redes sociales, permiten a los internautas una mayor capacidad de creación de contenidos, al mismo tiempo que exponen más fácilmente sus datos personales y su intimidad, el nuevo espacio público comparte e intensifica la misma necesidad de garantías para la sociedad civil y los ciudadanos. Censura, discriminación, libertad de expresión, vigilancia de los gobiernos o las corporaciones, y acceso equitativo a los servicios, constituyen problemáticas antiguas que se presentan hoy en día bajo formatos nuevos, multiplicados, y muy rápidamente cambiantes.

3. #NiUnaMenos: los cuerpos en la calle

El 3 de junio de 2015 se produjo una masiva concentración frente al Congreso de la Nación (entre 150.000 y 200.000 personas), con réplicas en más de 120 ciudades del país, que llevaba la consigna #NiUnaMenos, contra los femicidios[4] y la violencia contra las mujeres. La convocatoria surgió de un debate en las redes sociales entre las periodistas Marcela Ojeda, Florencia Etcheves, Ingrid Beck, Hinde Pomeraniec y Soledad Vallejos, ante el aumento de casos de femicidios. La principal concurrencia a la movilización estuvo signada por familiares de víctimas de femicidios y violencia de género, organizaciones feministas y de mujeres y organizaciones políticas. Esta movilización demostró la relevancia de los actores organizados, ciudadanos y políticos, en el ámbito off-line, pero también la visibilización e instalación en la agenda pública que pudo producir un acontecimiento surgido del ámbito on-line que no había podido generarse hasta el momento por los canales tradicionales. La movilización reveló asimismo

4 El término “femicidio” para indicar el asesinato de mujeres por el sólo hecho de ser mujeres, tenía una instalación muy reciente en los ámbitos mediáticos y periodísticos en reemplazado de la lectura habitual en clave de “crimen pasional”. Ver Lavaca.org (2015).

que el sentido público de los acontecimientos de estas características escapa a los impulsores iniciales, poniendo en cuestión la propia categoría de "organizadores".

Los días previos a la multitudinaria movilización que asumió la denominación del hashtag #NiUnaMenos se habían visto atravesados por noticias de femicidios que se sumaban a otras decenas ya publicadas durante el año 2015. El 11 de mayo se anunció mediáticamente la muerte de Suhene Carvalhaes Muñoz, una joven golpeada por su pareja hasta la muerte, la cual coincidía con el descubrimiento de la muerte de Chiara Páez -una joven embarazada de 14 años enterrada viva- que había causado gran conmoción social. Al recibir la noticia, la periodista Marcela Ojeda se preguntó en su cuenta de Twitter: "Actrices, políticas, artistas, empresarias, referentes sociales ... mujeres, todas, bah.. no vamos a levantar la voz? NOS ESTAN MATANDO". Este fue el origen de la convocatoria a la movilización que tendría lugar el 3 de junio con la consigna #NiUnaMenos, a la que sumaron enseguida otras periodistas con sus propias cuentas de Twitter, y que muy rápidamente se viralizó el mismo 11 de mayo[5].

Las impulsoras de la movilización no eran un grupo organizado. La mayoría de ellas no se conocía personalmente entre sí con anterioridad a la convocatoria. Sí existía un grupo de Facebook que se había originado en una Maratón de Lectura impulsada el 26 de marzo previo con el título "Ni Una Menos"; pero sólo algunas periodistas del conjunto que se conformó con la convocatoria de Twitter habían formado parte de ese grupo y esas actividades. Habían participado entonces escritoras, periodistas y familiares de víctimas de la violencia de género (como la madre de Lola Chomnalez y el padre de Wanda Taddei, otras dos jóvenes víctimas). El disparador de esta maratón de lectura sería inmediatamente relacionado también a los casos de femicidio de Daiana García y Andrea Castagna, el primero de los cuales suscitó el debate en las redes sociales ante

5 Como señalaron otras de las periodistas impulsoras, la idea de la movilización surgió a partir del "desborde social" que generaron los casos de femicidio, especialmente potenciados por la brutalidad del crimen de Chiara Páez (Hinde Pomeraniec, en *Página/12*, 15/05/2015), hecho que generó un sentimiento "visceral" de que había que hacer algo (Ingrid Beck, en Página/12, 15/05/2015).

ciertas opiniones que juzgaban a la chica por la ropa “provocadora” que llevaba. La consigna #NiUnaMenos[6] fue recuperada de este grupo de Facebook. Pero la viralización de la misma y de la convocatoria se produjo sobre todo desde Twitter. Como advierte la periodista Paula Rodríguez, el grupo de Twitter se formó “a la vista de todos” y fue casi “azaroso” porque tuvo que ver con quién estaba conectado en el momento en que la periodista Marcela Ojeda lanzó su comentario en su cuenta personal. Pero muchas de las impulsoras iniciales “recién se vieron las caras después del acontecimiento”[7]. El hecho de ser periodistas reconocidas se combinó con las potencialidades de la red social Twitter: algunas de las impulsoras tenían muchos seguidores y otras seguidores muy influyentes.[8]

El 12 de mayo los principales periódicos levantaron rápidamente cifras y testimonios de “La Casa del Encuentro”, una organización civil en defensa de las mujeres que llevaba un registro del total de femicidios cometidos en los últimos años frente a la falta de cifras oficiales: 1808 mujeres asesinadas por cuestiones de género desde 2008. El informe anual revelaba que únicamente durante 2014 habían sido asesinadas 277 mujeres, y en la mayoría de los casos de víctimas adolescentes los victimarios también lo eran. Cada treinta horas, una mujer era asesinada en Argentina por el solo hecho de ser mujer.

Rápidamente se viralizaron en las redes fotos y *selfies* de actores famosos, personalidades de la farándula, periodistas reconocidos, activistas políticos, artistas, etc. que se plegaban al reclamo y la consigna; y algunas legisladoras que se sumaron desde el comienzo, como G. Cerrutti (Diputada de la CABA por el FPV), V. Donda (Diputada nacional del FAP) y M. Stolbizer (Diputada nacional del FAP). Además, se generaron y viralizaron tres afiches que serían

6 Es posible también rastrear la consigna “Ni una menos” hacia el asesinato de Susana Chávez Castillo en 2011, una poetiza y activista mexicana presuntamente acallada debido a denuncias de crímenes y femicidios en su país. La frase inicial viralizada en aquél entonces en las redes sociales mexicanas, tomada de un poema suyo de 1995, rezaba “Ni una muerta más”.

7 Entrevista con Paula Rodríguez- (14-09-2015).

8 Entrevista con Hinde Pomeraniec (18-08-2015).

los más utilizados, entre ellos el oficial con la leyenda #NiUnaMenos. A lo largo del mes de mayo se irían sumando cientos y cientos de personalidades, instituciones y organizaciones a través de la publicación de una *selfie* promoviendo la movilización y la consigna.

Por otra parte, durante los días siguientes al 11 de mayo, los medios de comunicación relevaron procesos y noticias diversas vinculadas con la problemática: desde aplicaciones para el celular que ayudaban a prevenir femicidios hasta entrevistas con directoras de ONGs. Comenzaron a indagar en los casos previos de asesinato y le dieron visibilidad a las actividades anteriores relacionadas con la temática (como la Maratón de Lectura ya mencionada, o las acciones de organizaciones militantes de una ley de género contra los femicidios, etc), al tiempo que se multiplicaban las figuras públicas comprometidas con la causa.

En los medios comenzó también a discutirse uno de los puntos centrales de la convocatoria, que se basaba principalmente en la implementación efectiva de la Ley 26.485 de protección integral a las mujeres. La Ley define a la violencia como "toda conducta, acción u omisión que de manera directa o indirecta, tanto en el ámbito público como en el privado, basada en una relación desigual de poder, afecte su vida, libertad, dignidad, integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, así como también su seguridad personal". Sin embargo, aunque la Ley había sido aprobada por amplia mayoría el 1 de abril de 2009, no se encontraba totalmente reglamentada, especialmente en lo concerniente al "Plan Nacional de Acción para la Prevención, Asistencia y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres". La falta de reglamentación de un plan nacional llevaba a la parálisis estatal ya que existía una "laguna legal" en cuanto a la distinción del femicidio respecto de otro tipo de crímenes. En este sentido, el 15 de mayo se realizó una reunión entre las cuatro escritoras/periodistas iniciales y Fabiana Túñez, de la organización La Casa del Encuentro, para definir el documento "oficial" que se leería el día de la manifestación. Los medios de comunicación también comenzaron a trabajar en conjunto con la Casa del Encuentro, que poco a poco pasó a transformarse en un actor funda-

mental de transmisión de información sobre femicidios. Desde el comienzo del proceso de convocatoria se reveló la importancia de varios aspectos del ámbito off-line que potenciarían el alcance: tanto el reconocimiento social de las periodistas como el tratamiento que comenzaron a darle los medios tradicionales y la actuación de organizaciones de la sociedad civil.

La rápida viralización de la consigna y la convocatoria produjo discusiones en las redes sociales y en los medios de comunicación sobre la legitimidad de ciertos actores para promocionarla y hacerla propia. Se cuestionaba, por ejemplo, que algunas mujeres de la farándula que habían sostenido durante su vida discursos que profundizaban la desigualdad de género, apoyaran la consigna, o que lo hicieran conductores de programas de televisión considerados sexistas. En las redes sociales se multiplicaron los flyers con leyendas como: "Para decir 'Ni una menos', hay que dejar de ver a Tinelli", "Para decir 'Ni una menos', hay que dejar de decirle 'piropo' al acoso callejero", "Para decir 'Ni una menos', hay que dejar de ir 'de putas' fomentando la trata", "Para decir 'Ni una menos', hay que dejar de criar princesas indefensas y machitos violentos", "Para decir 'Ni una menos', hay que legalizar el aborto", "Para decir 'Ni una menos', hay que dejar de preguntar qué tan corta era la pollera de Melina". Lo que estaba en juego era una tensión inherente a muchas de las movilizaciones contemporáneas que se difunden y multiplican por internet: ¿hasta dónde los individuos pueden apropiarse de manera "on-line" de una consigna que nunca militaron de manera "off-line"? Pero sobre todo: ¿quiénes son los actores "legítimos" para hacer suya una consigna que no parece pertenecer a nadie?

Lo cierto es que con el correr de los días se fueron intensificando las manifestaciones de apoyo a la movilización. Los actores institucionales y políticos se manifestaron públicamente en fechas más cercanas al 3 de junio[9]. Pero

9 La semana previa al 3 de junio manifestaron su adhesión, por ejemplo, el Senado Nacional, el Consejo Interuniversitario Nacional, el Consejo Federal de Educación, el Consejo Federal de Salud. Por su parte, más cerca de la fecha de la movilización, los medios de comunicación también intensificaron el tratamiento del tema; hubo distintas entrevistas o testimonios de mujeres golpeadas/violentadas, incluyendo a M. Tundis, periodista y Diputada Nacional por el Frente Renovador. Esta entrevista en particular causó gran impacto en la opinión pública debido a que

fueron sobre todo los líderes políticos de los distintos espacios lo que publicaban *selfies* con el cartel de #NiUnaMenos. En general todo el arco político se plegó a la movilización, con mayor o menor compromiso: D. Scioli (Gobernador de la Provincia de Buenos Aires y posterior candidato a Presidente por el FPV), E. Sanz (Presidente del partido UCR y Senador nacional), M. Macri (Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y posterior candidato a Presidente por el PRO), E. Carrió (Diputada Nacional por el bloque UNEN), N. del Caño y M. Bregman (Diputados Nacionales por el PTS), J. Altamira (Ex diputado de la Ciudad de Buenos Aires y dirigente de la izquierda), etc. S. Massa (Diputado Nacional y posterior candidato a Presidente por el Frente Renovador) se reunió con 18 intendentes de la Provincia de Buenos Aires y el día anterior subió a su cuenta de Twitter una foto con M. Tundis y otras mujeres legisladoras y militantes de su partido. Otros actores institucionales, como por ejemplo la Iglesia Católica, también se plegaron a la movilización. A través de la CELAF (Comisión Episcopal de Apostolado Laico y Pastoral Familiar) y Acción Católica Argentina, la Iglesia hizo hincapié en la necesidad de seguir los discursos y acciones del nuevo Papa Francisco I. Los jueces de la Corte Suprema de Justicia de la Nación E. Highton de Nolasco y R. Lorenzetti se sacaron una *selfie* con la consigna, y la jueza Highton filmó un video que transmitió la CIJ (Centro de Información Judicial) donde pasaba revista a todos los canales judiciales disponibles para mujeres amenazadas, y los centros de atención disponibles.

Los sentidos que iba adquiriendo la convocatoria reapropiada por diversos actores y personalidades no estaban bajo control de las periodistas impulsoras. Como afirmaba una de ellas: “Cuando vos lanzás una consigna como ésta en la calle, echa a rodar y ya no te pertenece”[10]. La selección de los “5 puntos” de la demanda oficial buscaba darle a la convocatoria una significación precisa pero lo suficientemente amplia como para que la movilización fuera masiva. El documento de “5 puntos” solicitaba:

---

tomó la forma de una confesión, del maltrato y la violencia que había padecido por parte de su ex marido.

10 Entrevista con Hinde Pomeraniec (18-08-2015).

- Implementar con todos los recursos necesarios y monitorear el Plan nacional de Acción para la Prevención, la Asistencia y la Erradicación de la violencia contra las mujeres, tal como lo establece la ley 26.485.
- Garantizar que las víctimas puedan acceder a la Justicia. En cada fiscalía y cada comisaría debe haber personal capacitado e idóneo para recibir las denuncias. Las causas de los fueros civil y penal deben unificarse; las víctimas deben tener acceso a patrocinio jurídico gratuito durante todo el proceso judicial.
- Elaborar el Registro Oficial único de víctimas de la violencia contra las mujeres. Realizar estadísticas oficiales y actualizadas sobre femicidios. Sólo dimensionar lo que sucede permitirá el diseño de políticas públicas efectivas.
- Garantizar y profundizar la Educación Sexual Integral en todos los niveles educativos, para formar en la igualdad y para una vida libre de discriminación y violencia machista. Sensibilizar y capacitar a docentes y directivos.
- Garantizar la protección de las víctimas de violencia. Implementar el monitoreo electrónico de los victimarios para asegurar que no violen las restricciones de acercamiento que les impone la Justicia.

Para las impulsoras, el objetivo era no dejar a nadie afuera y que el tema pudiera instalarse ampliamente en la agenda pública; eso suponía posponer algunos problemas para futuras "batallas", como el de la despenalización del aborto -que, si bien concitaba el acuerdo de las propias impulsoras, habría apartado de la movilización a gran parte de la sociedad, muy en particular, a muchos de los familiares de las víctimas de femicidios-. Fue la amplitud de la consigna[11]

11 Algunas organizaciones de mujeres y feministas venían proponiendo en sus acciones de larga data una lectura más radical de la problemática de la violencia machista, pero de todos modos recibieron la convocatoria como una oportunidad para visibilizar un problema e instalarlo en

lo que permitió que, por primera vez en una movilización sobre cuestiones de género, se encontraran agrupaciones por la despenalización del aborto al lado de jóvenes de escuelas católicas[12].

Sabiendo que el sentido buscado no podía ser controlado ni adueñado por ellas, las impulsoras sí consideraban que podía imprimirse de manera relativa. Conscientemente, trabajaron en la dirección de que la movilización no tomara ciertos sentidos que sí se querían evitar: "que no fuera una marcha por seguridad, que no fuera una marcha de indignados, que no fuera una marcha de víctimas"[13], se trató de llevar el sentido de la movilización "hacia una problemática de derechos humanos y no de seguridad"[14]. Desde el punto de vista de los actores políticos que se sumaban a la convocatoria, se buscó evitar que pudiera interpretarse como una movilización opositora, u oficialista, tal como venía sucediendo con las movilizaciones previas. Se buscó también evitar que fuera una marcha anti-política, y por eso no se apeló a que los concurrentes dejaran de lado sus banderas políticas. Pero, que pudiera asociarse a una movilización de derechos humanos, sostenía una de las impulsoras, "es posible gracias a la política. No queríamos que fuera a-política"[15]. En su carácter de comunicadoras sociales tenían herramientas para imprimir unos sentidos sobre otros con bastante éxito y asumieron la responsabilidad de ser pedagógicas en sus mensajes[16]. Sin embargo, la proliferación de reapropiaciones de la consigna y la convocatoria revelaba la limitación que una categoría como la de "organizado-

---

la agenda. Según una dirigente de la organización Pan y Rosas, por ejemplo, optaron por apropiarse la consigna y le añadieron otra propia: "si tocan a una, nos organizamos miles" (Entrevista con Cecilia Mancuso, 27-10-2015).

12 Entrevista con Hinde Pomeraniec (18-08-2015).

13 Entrevista con Paula Rodríguez (14-09-2015).

14 Entrevista con Micaela Libson (17-09-2015).

15 Entrevista con Micaela Libson (17-09-2015).

16 Entrevista con Paula Rodríguez (14-09-2015).

res" puede tener para describir roles en las movilizaciones ciudadanas contemporáneas. "Muchos decían '¡le dan el cartel a cualquiera!', como si ellas pudieran controlar quién se saca la foto...", notaba una periodista cercana al grupo de las impulsoras iniciales.[17]

Por eso el documento de "los 5 puntos" fue también una respuesta o reacción a la gran cantidad de líderes políticos que "se sacaban la foto", con el objetivo de comprometerlos de manera concreta y pública con políticas puntuales, aprovechando que todos querían mostrar su apoyo a la causa. De ahí surgió el flyer con los 5 puntos y el hashtag #DeLaFotoALaFirma. Los días previos a la movilización, las impulsoras tuvieron reuniones con líderes de distintas fuerzas políticas, en particular para obtener los compromisos de los candidatos a diversos cargos en un año electoral como fue 2015 en Argentina. En este sentido, sus vínculos en el ámbito off-line ligados a su labor profesional fueron determinantes[18].

En las vísperas de la movilización, la presidenta C. Fernández de Kirchner utilizó su cuenta de Twitter para expresar su apoyo a la movilización. Sin embargo, algunos medios resaltaron que la mandataria quedaba en una posición incómoda ya que la falta de reglamentación de la ley básicamente recaía en el Poder Ejecutivo Nacional. Sin hacer alusiones a la Ley, la presidenta se plegó a la movilización. Se anticipaba una movilización masiva[19] pero la magnitud que adquirió el 3 de junio fue una sorpresa para todos.

---

17 Entrevista con Paula Rodríguez (14-09-2015).

18 Al igual que sus conocimientos expertos profesionales les permitieron que el impulso de una movilización surgida espontáneamente se diera rápidamente una estrategia; todas tenían mucha experiencia en comunicación en los distintos soportes, como señalaba una de las impulsoras. (Entrevista con Hinde Pomeraniec, 18-08-2015). Paula Rodríguez subraya también la importancia del "oficio incorporado", que incluía tanto la agenda de contactos como el manejo de consignas y de técnicas de publicidad. Todas eran editoras, periodistas y comunicadoras masivas. Los flyers que se difundieron estuvieron diseñados bajo el cuidado de diseñadores profesionales (Entrevista con Paula Rodríguez, 14-09-2015).

19 El mismo día de la movilización, el periódico Página/12 publicó una encuesta realizada por la agencia Ibarómetro sobre niveles de conocimiento de la consigna y la convocatoria: el 75% estaba al tanto de la movilización, el 51% pretendía participar y el 61% de los entrevistados estaba al tanto del significado de la palabra "femicidio".

El 3 de junio, las bocas de subte de la Ciudad de Buenos Aires transmitían el mensaje "Ni Una Menos" en su display luminoso, y todos los periódicos dedicaron al menos 5 o 6 noticias ese mismo día al evento. Existían 129 puntos de encuentro pautados a lo largo del país[20]. Se hizo especial hincapié en las redes sociales durante todo el día en los "5 puntos" que se reclamaban, y se viralizó nuevamente el hashtag #DeLaFotoALaFirma. Desde las 14hs la ciudadanía comenzó a llegar a la plaza Congreso, el lugar elegido como epicentro de la manifestación, aunque el horario pautado eran las 17hs. La Policía Federal Argentina (PFA) envío solamente policías mujeres a custodiar el lugar, y el hashtag #NiUnaMenos invadió las redes, viralizándose incluso en ámbitos institucionales que no querían dejar de expresar su apoyo (Clubes de Fútbol, equipos de redacción de diarios/revistas, alumnos de colegios con profesores, etc.).

Un aspecto saliente de la movilización, en comparación a otras movilizaciones recientes en el país y en la región, generadas desde las redes sociales, fue la presencia de organizaciones políticas y agrupaciones ciudadanas o de la sociedad civil que se visibilizaron con sus banderas como actores organizados. En cuanto a los partidos políticos, se hicieron presentes y visibles agrupaciones oficialistas (como Unidos y Organizados, La Cámpora, Nuevo Encuentro, Socialistas para la Victoria), y agrupaciones opositoras, fundamentalmente de izquierda (como el Partido de Trabajadores Socialistas, el Partido Obrero, el Movimiento Socialista de los Trabajadores, Izquierda Socialista, Nuevo Más, Frente de Izquierda, Autodeterminación y Libertad); movimientos sociales organizados como Libres del Sur o el Movimiento Evita también se hicieron presentes. Dentro de muchos partidos políticos, predominaron sus organizaciones de mujeres o comisiones de género (como Pan y

20 Ver: http://www.lanacion.com.ar/1798115-niunamenos-los-puntos-de-encuentro-para-la-manifestacion-contra-los-femicidios. En todas las provincias había habido citas online para la movilización. La metodología establecida para unificar los reclamos y las movilizaciones había funcionado de la siguiente manera: las convocatorias se enviaban a niunamenos@gmail.com, y luego desde esa cuenta las difusoras publicaban una lista actualizada de los puntos de encuentro en las cuentas oficiales de Twitter (@niunamenos) y Facebook (Ni Una Menos), difundiéndolas para quienes quisieran participar.

Rosas o Las Rojas asociadas a partidos de izquierda). Lo mismo ocurrió con los sindicatos cuya presencia fue muy significativa[21]. Las agrupaciones políticas oficialistas decidieron marchar también a Tribunales, para mostrar la responsabilidad compartida del Poder Judicial. Éstas y las organizaciones políticas de izquierda fueron las más visibles en la movilización; el resto de los líderes se presentó individualmente y no como parte de un colectivo, tomándose *selfies* en la movilización y subiéndolas inmediatamente a Twitter para constatar su presencia[22].

Pero los partidos políticos y sindicatos –o la Iglesia Católica- no fueron los únicos actores organizados que se mostraron como tales en la movilización. Grandes organizaciones de la sociedad civil como La Casa del Encuentro, o la Campaña Nacional por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito, estuvieron al lado de una infinidad de organizaciones civiles más pequeñas, algunas en defensa de víctimas de femicidios, otras en defensa de los intereses LGBT (Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales), otras agrupaciones como Centros de Estudiantes, la Federación Universitaria de Buenos Aires (FUBA), centros culturales, grupos de actores de teatro, colectivos de mujeres de diversas localidades, etc. Los colectivos en defensa de víctimas de femicidios, portando carteles con fotografías y nombres de las mujeres asesinadas, tuvieron un protagonismo en la movilización, lo que estuvo orientado también por las impulsoras.

Si bien la presencia de banderas e insignias partidarias se hizo notar, el sentido de la movilización no fue totalmente captado por las mismas. Sin duda

21 Entrevista con Cecilia Mancuso (27-10-2015).

22 Asistieron varios ministros en funciones y legisladores nacionales del FPV, el Frente Renovador y la UCR. Los distintos candidatos a Presidente y muchos legisladores de renombre subieron su foto con la pancarta del "Ni Una Menos" ese mismo día o lo habían hecho los días previos. Pueden verse algunos en http://www.lanacion.com.ar/1798454-los-tuits-de-los-politicos-por-el-niunamenos). La consultora Es Viral recuperó también datos online: 687 políticos se retrataron con el cartel #NiUnaMenos: 99 diputados, 34 senadores, 180 intendentes, 11 gobernadores. También participaron 834 organizaciones sociales y referentes (clubes, sindicatos, ONG), 2137 personalidades en Argentina, 280 personalidades en el exterior (Chile, Uruguay, Bolivia, Ecuador, Venezuela, Colombia), y 67 artistas y diseñadores.

primaron los auto-convocados, y muchos ciudadanos y ciudadanas independientes[23], que se presentaban con gestos performativos: carteles que hacían alusión al hashtag o frases "creativas", agrupaciones artísticas que realizaban una performance en el lugar, mujeres desnudas con los cuerpos pintados, grupos de percusión, muñecos gigantes intervenidos, etc. Algunas frases recurrentes e interesantes que pudieron observarse en los carteles producidos artesanalmente fueron: "Es violento que no me dejes caminar tranquila por la calle", "Si te pega no te quiere", "Yo marcho por ellas. Ni una menos!", "Sepanlo! No soy de nadie", "Nos dicen: los que se pelean se aman. MENTIRA!", "Basta de femicidios, el Estado es responsable", "Basta de travesticidios", "Nosotras estamos vivas", "Basta de hipocresías, el sistema educa y forma femicidas!", "Aborto ilegal es violencia de género", "Sin clientes no hay trata", "El machismo institucional no es indiferencia, es complicidad", "Patriarcado: aunque me mates y me violes me verás volver", "El control no es amor", "No es no", "Quiero dejar de preguntarme si seré la próxima", "Ni santa ni puta", entre otras. Espontáneamente se generaban performances artísticas en distintos lugares de la plaza del Congreso. Por ejemplo: la cooperativa "La Vaca" diseñó una extensa bandera longitudinal con el nombre de cada una de las mujeres asesinadas, donde cada asistente a la manifestación tenía la posibilidad de pintarse la mano de rojo y posarla sobre cada nombre[24].

El punto nodal de la manifestación lo constituyó el acto oficial a las 17 hs, durante el cual los reconocidos actores J. Minujín y E. Rivas y la historietista M. Burundarena leyeron el manifiesto y los 5 puntos de reclamo inmediato pactados previamente por las impulsoras y La Casa del Encuentro, desde un

---

23 La alta presencia de varones en la manifestación fue algo destacado y caracterizado como "inesperado" en los medios de comunicación durante los días subsiguientes.

24 Entrevista con Claudia Acuña (19-08-2015). Otro ejemplo fue la representación "Mujer Basura", que se había realizado previamente durante "La Marcha de las Putas", y en la que los participantes eran embolsados completamente y obligados a yacer inertes en el piso para experimentar en carne propia la violencia de género ligada a los femicidios (Ver: https://www.youtube.com/watch?v=dZrEyCeh5nE).

escenario armado especialmente para tal fin[25]. El Gobierno Nacional iluminó todos los edificios oficiales y lugares emblemáticos de la Ciudad con luz violeta. Las impulsoras habían decidido que subieran al escenario personalidades de la cultura en lugar de actores políticos, del mismo modo que los familiares de víctimas de femicidios tendrían un lugar privilegiado. Los detalles de la existencia de un acto oficial, epicentro de la movilización, revelan también que las impulsoras tuvieron que asumir un rol organizador en este aspecto: la disposición del escenario, el sonido, la iluminación de las estaciones del subte y de los edificios públicos, la selección de los oradores y las personas visibles en el escenario, así como la seguridad, implicaron acciones previas y coordinadas con distintas autoridades[26], mostrando nuevamente la relevancia de los procesos convergentes que se dieron en el ámbito off-line.

Diversas consultoras estimaron que durante el acto hubo entre 150.000 y 200.000 personas, llenándose la plaza por completo así como las principales arterias de circulación circundantes[27]. En otras ciudades y pueblos del país la convocatoria fue también multitudinaria y en algunas localidades hubo incluso más de una movilización simultánea. El desarrollo de las manifestaciones fue similar al de la Ciudad de Buenos Aires, con las particularidades de cada provincia que variaron en base a los casos de femicidios conocidos regionalmente. En los pueblos más chicos en los que no existían sectores de militancia organizada, las redes sociales tuvieron mucha importancia: se crearon páginas de Facebook para convocar a la movilización. En las ciudades más grandes, las redes fueron

25 Ver https://www.youtube.com/watch?v=XLQSyS8FtBc

26 Entrevista con Hinde Pomeraniec (18-08-2015).

27 Un hecho significativo fue que a la movilización de la Ciudad de Buenos Aires asistieron muchas mujeres del conurbano bonaerense para quienes este acontecimiento representaba la primera vez que iban a la capital (Entrevista con Cecilia Mancuso, 27-10-2015). Muchas veces manifestaciones similares en algunos aspectos con la del 3J –en particular en su creación a través de las redes sociales- como los “cacerolazos” del ciclo 2013-2013 o la movilización #YosoyNisman de febrero, eran interpretadas como fenómenos puramente “urbanos” y de “clase media”; y en este sentido #NiUnaMenos marcó claramente su diferencia.

una herramienta entre otras, pero colaboraron mucho en la difusión las organizaciones de mujeres existentes, principalmente multisectoriales, que ya venían trabajando en conjunto.[28] Con la perspectiva posterior al 3 de junio, sobresalió la magnitud que había tenido que la movilización se esparciera por los diversos puntos del territorio del país[29]. Además del impacto de la movilización en la Ciudad de Buenos Aires, que en muchos pequeños pueblos hubieran podido ocurrir otras tantas movilizaciones superó las expectativas; frente al anonimato de una gran ciudad, en los pueblos de muchas provincias participar implicaba una asunción de riesgo mucho mayor: "En un pueblo sos puro cuerpo, no sos una cuenta"[30]. Considerando todo el país, la movilización habrá alcanzado a un millón de personas[31].

La repercusión internacional fue también enorme: muchos medios de otros países levantaron la consigna, inscribiendo la iniciativa argentina en un conjunto de activismos online en defensa de las mujeres -como #FirstHarassed, #EverydaySexism o #YesAllWomen-; hubo manifestaciones simultáneas en Chile y Uruguay, y repercusiones fuertes en las redes sociales en Colombia, México y España[32]. Se generaron más de 958.000 menciones en Twitter con el hashtag #NiUnaMenos, como detalló A. Giménez, representante de la plataforma en Argentina[33]. El día de la manifestación, las menciones fueron más de

28 Entrevista con Paula Rodríguez (14-09-2015).

29 El impacto en todo el país se hizo sentir en el 30° Encuentro Nacional de Mujeres que tuvo lugar en Mar del Plata en octubre de 2015, con la participación de 60.000 personas. (Entrevista con Cecilia Mancuso, 27-10-2015).

30 Entrevista con Paula Rodríguez (14-09-2015).

31 Entrevista con Hinde Pomeraniec (18-08-2015).

32 El 07/11/2015 tuvo lugar en Madrid una multitudinaria movilización contra las violencia contra las mujeres, que recuperó la consigna #NiUnaMenos.

33 A diferencia de otros acontecimientos que polarizan Twitter (como la movilización #YosoyNisman), sobre todo entre oficialistas y opositores (Calvo, 2015), en #NiUnaMenos no se constató la polarización. Como señala A. Gómez Vidal (2015): "En una muestra de 993.578 tuits publicados entre el 31 de Mayo y el 6 de junio de 2015, se puede ver cómo la tuitósfera acompaño a quienes se movilizaron por #NiUnaMenos, sumando fuerzas en lugar de dividiéndolas, integrando antes que confrontando narrativas".

600 mil, y el hashtag fue "trending topic" global a las 20hs (más de 13.400 menciones por minuto).

El efecto más inmediato de la movilización fue el aumento de las denuncias de violencia en la sociedad. La línea telefónica 144 de atención nacional pasó de 1.000 consultas diarias a 13.700, y la línea gratuita (0800) de la Ciudad de Buenos Aires triplicó la cantidad de llamados. La Oficina de Violencia Doméstica de la CSJN presentó también un incremento de llamados con pedidos de información, incluso de dependencias judiciales provinciales que no encontraban acceso a ciertos casos de femicidios o antecedentes penales. El impacto social del acompañamiento ciudadano que significó la movilización para muchas mujeres sufriendo violencia y la posibilidad de hablar de un problema que estaba invisibilizado[34], así como los debates que comenzaron a darse en ámbitos educativos, en escuelas primarias y secundarias[35], fueron quizá el mayor potencial del 3J[36] y probablemente el efecto de más largo plazo.

También se produjeron rápidas reacciones institucionales y de los actores políticos, que anunciaron medidas cuyo resultado es aún incierto: la CSJN anunció la creación del Registro Nacional de Femicidios (uno de los puntos reclamados por las organizadoras de la manifestación) en coordinación con las cortes provinciales, consistente en un sistema on-line de carga sistemática de casos que sea fácilmente accesible; se dio a conocer una unidad del gobierno nacional que funcionaba desde hacía meses pero no había sido presentada en público: la Unidad de Registro, Sistematización y Seguimiento de Femici-

34 Muchas mujeres se animaron a contar sus historias y salir del silencio el mismo día de la manifestación. Tal como lo relata Ada Rico, Presidenta de la Asociación Civil La Casa del Encuentro: "Una mujer se me acercó, del otro lado de la valla. Me preguntó si podía entrar. Le expliqué que allí sólo estaban los familiares, y le pregunte: '¿vos estás pasando por una situación de violencia?' Y me dijo que sí. La volví a ver en un grupo de acompañamiento hace poco. Me dijo: '¿Te acordás de mí? Yo estuve con vos en la plaza, el 3'. Se animó ese día" (Rodríguez, 2015: 168).

35 Entrevista con Paula Rodríguez (14-09-2015). La periodista subraya especialmente que el mayor impacto del 3J es el impacto en una generación.

36 Tal como lo vieron también las impulsoras (Manifiesto Político Niunamenos, en Revista *Anfibia*, ver: http://www.revistaanfibia.com/cronica/un-nuevo-nunca-mas/).

dios y de Homicidios Agravados por el Género, dependiente de la Secretaría de DD.HH. de la Nación; se envió un proyecto de ley a la Legislatura de la Provincia de Buenos Aires para la realización obligatoria de un curso sobre violencia de género antes de los casamientos civiles; la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires aprobó la creación de Unidades Fiscales especializadas en violencia doméstica, y la "La semana de la eliminación de la violencia contra las mujeres" (del 25 de noviembre al 1 de diciembre); el Ministerio de Salud de la Nación actualizó y publicó una nueva versión del "Protocolo para la atención integral de las personas con derecho a la interrupción legal del embarazo", que obliga al sistema público y privado a cumplir con todos los abortos de mujeres víctimas de una violación o cuya vida o salud corra riesgo; la procuradora general de la Nación creó la Unidad Fiscal Especializada en Violencia Contra las Mujeres (UFEM) con el objetivo de potenciar las estrategias de investigación y persecución de delitos específicos contra las mujeres; varias provincias anunciaron creaciones de registros de violencia de género, patrocinios jurídicos gratuitos para las víctima, centros de atención y refugios y programas de concientización; la Universidad de Buenos Aires aprobó la creación de un protocolo contra la violencia de género.

Hasta el día de hoy la Ley Nacional 26.485 no fue reglamentada por el Poder Ejecutivo, y tampoco existen documentos públicos de consulta sobre su aplicación[37]. Un efecto institucional significativo a cinco meses de la movilización fue que la Cámara de Diputados convirtió en ley el proyecto para la creación de un cuerpo de abogadas y abogados gratuito para las víctimas de violencia machista, presentado por el Senador Juan Manuel Abal Medina[38].

Aunque indirectos y menores, es posible que la movilización haya tenido efectos electorales. Once días después del 3J la reñida elección provincial

37 Asimismo, las provincias del país que no habían adherido a la Ley 26.485 continúan sin hacerlo: Córdoba, Salta, San Juan y Misiones.

38 Ver: http://infojusnoticias.gov.ar/nacionales/es-ley-el-proyecto-para-que-victimas-de-violencia-tengan-abogados-gratis-10423.html.

en Santa Fe que enfrentaba a Miguel Lifschitz (Partido Socialista) y Miguel Del Sel (PRO) se dirimió a favor del primero por una ajustada diferencia, contra los pronósticos de las encuestas. Del Sel había sido criticado semanas antes por las expresiones machistas contenidas en su spot principal de campaña. La consultora Es Viral analizó los comentarios sobre el candidato en las redes, mostrando que el 98% de los comentarios fueron negativos, caracterizándolo de misógino y llamando a la coherencia entre los que fueron a la movilización y los que pretendían darle su voto.

Lo cierto es que, en un año electoral muy significativo en el país, resultó llamativo el desfasaje entre la agenda ciudadana y la agenda de campaña de los diversos candidatos. El 3 de agosto, poco antes de las elecciones internas, las impulsoras de las cuentas oficiales de #NiUnaMenos pidieron a los pre-candidatos presidenciales por Twitter que expresaran sus proyectos en lo que respecta a la resolución de la problemática de violencia de género, publicándolos en su página y siendo levantados por los distintos medios. La mayoría de ellos posteó un link directo a sus propias plataformas de campaña online (en las páginas oficiales de los candidatos); otros se limitaron a apoyar los 5 puntos de reclamo de las impulsoras[39]. Algunas fuerzas políticas, como el Frente de Izquierda, buscaron diferenciarse en este punto de los candidatos presidenciales que lideraban las encuestas: "Para Scioli, Macri y Massa, el #NiUnaMenos es un eslogan, para nosotras, una bandera irrenunciable"[40]. Cuando se aproximaba el debate presidencial, las impulsoras de la movilización se reunieron con representantes de los distintos partidos para que el problema de la violencia contra las mujeres fuera incluido en la agenda[41]. Si bien los efectos político-institucionales

39 Las periodistas hicieron la misma solicitud a los principales candidatos a la gobernación de la Ciudad de Buenos Aires, quienes también respondieron al pedido.

40 *La izquierda diario*, 06/08/2015.

41 Para el día del balojate, las impulsoras lograron hacer un acuerdo con la Dirección Nacional Electoral para que hubiera en todas las mesas de votación carteles informativos con los números telefónicos para denuncias. "Votar es nuestro derecho. Vivir sin violencia también. #NiUnaMenos", rezan los carteles.

y electorales fueron por el momento exiguos, y luego del 3J se dieron a conocer nuevos casos de femicidios, el mayor impacto fue social y cultural, y el propio acontecimiento pudo ser interpretado como “Un nuevo Nunca Más”[42].

Es indudable el rol de las redes sociales en la creación y multiplicación de este acontecimiento. Las impulsoras reconocían que Twitter tuvo mucho mayor impacto que Facebook en este sentido. De hecho, ya existía un grupo de Facebook que organizaba actividades, pero no lograban la misma trascendencia que sí logró la viralización inmediata de una consigna en Twitter. Según una de las periodistas, Facebook tendría una dinámica más asamblearia, mientras que Twitter presenta el doble rasgo de masificar una consigna y al mismo tiempo de perder el manejo la significación de la misma: “cuando lo largaste se te fue”[43]. Puede oponerse así una lógica de argumentación y discusión a una lógica de liderazgo social. Otra periodista y dirigente notaba también en este sentido, que, mientras que Facebook supone un círculo más cercano y de mayor confianza, Twitter es público. Pero también es imprescindible que la voz que allí se expresa sea personal y no institucional para poder movilizar: en Twitter, se trata de “una voz personal que habla en voz alta en una fiesta ajena”[44].

Pero el ámbito on-line no fue el terreno exclusivo del acontecimiento. Por varias razones. En primer lugar, hubo condiciones off-line que hicieron posible la gran repercusión de la convocatoria y el modo en que se desarrolló la movilización. Las impulsoras iniciales eran periodistas y comunicadoras sociales reconocidas más allá de las redes; esto les proporcionó también los conocimientos específicos y profesionales para darse una adecuada estrategia de difusión y los contactos con actores políticos y sociales para organizar el acto y presionar por los cambios buscados. También los medios de comunicación tradicionales, no sólo los medios gráficos sino

42 Ver: Manifiesto Político Niunamenos, en *Revista Anfibia*, ver: http://www.revistaanfibia.com/cronica/un-nuevo-nunca-mas/. Además de tratarse de un acontecimiento transversal en clave de Derechos Humanos, era la primera vez que las mujeres ocupaban el espacio público como *Mujeres* y no como *Madres* (Entrevista con Paula Rodríguez, 14-09-2015).

43 Entrevista con Hinde Pomeraniec (18-08-2015).

44 Entrevista con Claudia Acuña (19-08-2015).

sobre todo la televisión retomaron lo que sucedía en el espacio on-line dándole una amplificación sin la cual no hubiera sido pensable la llegada que tuvo. En segundo lugar, muchas organizaciones de mujeres y feministas, dentro de partidos políticos, dentro de sindicatos, en la sociedad civil, venían realizando hacía mucho tiempo un "trabajo de hormiga" en el territorio para luchar contra la violencia machista[45].

Sin toda esta marea de trabajo cotidiano, la consigna lanzada en Twitter no hubiera podido movilizar tan rápidamente a actores organizados como lo hizo[46]; pero a la vez, sólo fue el acontecimiento creado de esta forma en las redes sociales el que logró la primera acción con esta magnitud y la instalación en la agenda pública. Por otra parte, las impulsoras se vieron inesperadamente ante la situación de asumir un rol de responsabilidad y representación social. Los actores políticos las contactaron, fueron a dar charlas a las escuelas, pero sobre todo comenzaron a recibir ellas mismas denuncias, testimonios y pedidos de auxilio a los que tuvieron que responder[47]. En todo caso, el vínculo entre los ámbitos on-line y off-line fue de convergencia y potenciación mutua. Lo fundamental es que la movilización implicó poner el cuerpo. Una periodista cercana a las impulsoras iniciales enfatiza que el propósito fue desde el principio generar un acontecimiento no-virtual, en la calle: "el objetivo no era ser un trending topic"[48]. Y como señala otra de las activistas: "En un mundo corporativo necesitás cuerpos, y los cambios se hacen con los cuerpos en la calle"[49].

45 Entrevista con Cecilia Mancuso (27-10-2015), con Claudia Acuña (19-08-2015) y con Paula Rodríguez (14-09-2015). Aunque también, en este sentido, Paula Rodríguez destaca que las redes sociales ya venían funcionando anteriormente como espacios de circulación de contra-discursos, en particular con respecto a la cobertura que daban los medios tradicionales a los casos de femicidios, culpabilizando a las víctimas.

46 La interpretación de Claudia Acuña iba en este sentido: "Lo que emerge es el resultado (...) nunca empieza ahí, ahí termina, ahí se consagra" (Entrevista con Claudia Acuña, 19-08-2015).

47 En este sentido también jugaron un papel fundamental las redes sociales. Como relata Paula Rodríguez: "Las cuentas de Facebook y de Twitter no eran sólo lugares de emisión; se recibieron cosas, apoyos y pedidos de auxilio, dibujos, fotos" (Entrevista con Paula Rodríguez, 14-09-2015).

48 Entrevista con Paula Rodríguez (14-09-2015).

49 Entrevista con Claudia Acuña (19-08-2015).

4. Partido de la Red: experimentalismo democrático

El Partido de la Red se conformó originalmente con el objetivo de competir en las elecciones legislativas de 2013 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, pero no alcanzó los umbrales necesarios para que sus candidatos entraran al poder legislativo local. Su propuesta partidaria era por completo innovadora: afirmaban que sus legisladores votarían en la legislatura sobre cada proyecto tratado de acuerdo a los resultados de los procesos de deliberación y votación que se produjeran en una plataforma web creada con este fin. Al no lograr una banca legislativa, el partido reorientó la estrategia para crear otras plataformas participativas, como *Demos* (con el propósito de discutir y votar proyectos que ya estaban presentados en la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires) y *Qué proponen* (un sitio para conocer las propuestas de todos los candidatos en el marco del ciclo electoral de 2015 y una aplicación para saber con cuál/es los ciudadanos tienen mayor afinidad). Al mismo tiempo comenzó a desarrollar una estrategia de despliegue territorial con asambleas en los barrios de la Ciudad de Buenos Aires manteniendo el espíritu horizontal que promueve desde la red. El del Partido de la Red es un caso que puede mostrarnos las potencialidades y límites de los partidos políticos surgidos en el ámbito on-line.

El Partido de la Red surgió como iniciativa de un grupo de emprendedores, politólogos, publicistas, sociólogos y programadores web con la idea de aprovechar los enormes desarrollos de la tecnología para fortalecer la democracia. Este grupo de amigos, conocidos y colegas buscaba "crear un software con el potencial de hackear el sistema político partidario actual y transformarlo"[50]. En la primera reunión eran cinco personas; en la segunda, cada uno de los participantes llevó a una persona más.[51] Sus lazos previos, personales o profesionales, fueron determinantes para la conformación del partido. Desde

50 Ver: http://partidodelared.org/

51 Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (04-08-2015).

el comienzo, existió la tensión que constituiría en adelante su propuesta: por un lado, la visión de los emprendedores "tecnólogos", más optimistas en relación con las posibilidades de la tecnología de introducir cambios en el sistema político; por otro lado, la visión de los miembros provenientes del área de las ciencias sociales, o que venían de una experiencia de trabajo o militancia en otros partidos políticos, que era más escéptica con respecto a las virtudes exclusivas de la tecnología. En febrero de 2013 acordaron el manifiesto fundacional, en base a un conjunto de conceptos interconectados: #DemocraciaEstancada; #Red; #Pares; #DemocraciaEnRed; #PartidoDeLaRed. Sus principios suponían que: la democracia actualmente está estancada, pero la tecnología ha avanzado transformando radicalmente la vida cotidiana y aún no se ha aplicado para cambiar la política; de allí que deba pensarse una democracia en red, en la que todos los ciudadanos son y actúan como pares. El concepto de "Red" tuvo dos acepciones para los miembros del partido desde el comienzo. Por un lado hacía referencia a Internet, y a una organización que utilizaría esa herramienta para habilitar la participación ciudadana. Pero, por el otro lado, "Red" remitía al tipo de organización partidaria que proponían, horizontal y abierta, en contraste con los partidos tradicionales, jerárquicos y elitistas. Entre los miembros se llaman a sí mismos "pares", buscando evitar los personalismos, y a los equipos de trabajo, "nodos".

En un principio, la idea era crear a través de internet espacios para la participación ciudadana en la toma de decisiones vinculantes en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y ofrecerlos a todos los partidos políticos e instituciones que quisieran ponerlo en marcha. Sin embargo, pronto constataron que la iniciativa no era bien recibida por los partidos tradicionales: "son ámbitos que ya se han acostumbrado a un proceso de toma de decisiones a espaldas de la sociedad, con lógica de poder verticalista, personalista y concentrado" (Siri, 2015: 95). Entonces optaron por construir un nuevo partido político para competir en las elecciones legislativas de 2013, en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La propuesta del Partido de la Red era inédita: a través de una aplicación creada con el software DemocracyOS que los mismos miembros del partido desarrollaban, proponían listar todos los proyectos de ley que tratara la legislatura porteña en sus sesiones, para que todos los ciudadanos registrados pudieran informarse, opinar y votar acerca de los mismos; y luego, el legislador que resultara electo por el Partido de la Red votaría de acuerdo a los resultados de la votación en la plataforma. De este modo, el legislador se transformaría en una suerte de representante transparente cuya única función sería transmitir el resultado de las votaciones; en consecuencia con esta propuesta, no habría sido incoherente que el legislador sentado en su banca de la legislatura fuera un robot y no necesariamente una persona[52]. En todo caso, la idea de representación tal como se la concibe en las democracias contemporáneas estaba puesta en cuestión por esta propuesta. Como sostienen los miembros del partido: "estas herramientas permiten que los individuos nos representemos a nosotros mismos, y ahí se acaban las tutelas"[53].

Quizá el aspecto que más haya llamado la atención de la propuesta del Partido de la Red sea que se presentaba como un partido sin orientación ideológica definida. Más allá de que muchos partidos políticos y líderes pueden hoy en día hacer uso de un discurso semejante, transideológico o "superador de la ideologías", en el caso del Partido de la Red la cuestión era más profunda, puesto que, de ser electos los legisladores, estaban comprometidos a actuar de acuerdo con lo que la ciudadanía decidiera en la plataforma. En su crónica, S. Zírpolo describía al Partido de la Red como "un partido de método más que como un partido ideológico", ya que no se debatía sobre posturas ideológicas. G. Silberman, otro de sus miembros fundadores, respondía en dicha nota que "la ideología es que entre muchos decidimos mejor" (Zírpolo, 2013). Pero esta definición planteaba dos problemas. Por un lado, el Partido no se caracterizaría por

52 Ésta posibilidad era una suerte de provocación de los "tecnólogos", rechazada por los más "sociales" que nunca se plantearía en la campaña de 2013 de manera efectiva.

53 Ver: http://partidodelared.org/

sus iniciativas propias. En efecto, es posible concebir a la experiencia del Partido de la Red como una experiencia "meta-democrática": sus propuestas conciernen más al funcionamiento de la propia democracia que a políticas concretas. Su diferencia específica respecto de las otras fuerzas políticas residía en la consideración que le darían a la participación ciudadana. De acuerdo con el diagnóstico de sus miembros, el estado actual de los lazos políticos habría llevado a que mejorar la relación entre representantes y ciudadanos ya no constituyera una opción sino una obligación; pero lo que estaba en crisis en el presente, era sobre todo "la respuesta a la participación de la ciudadanía"[54]. La diferencia específica del Partido de la Red no era simplemente el empleo de las nuevas tecnologías en la política, sino que, y gracias a ellas, podían proponerse como el partido que tomara como vinculante la decisión de la ciudadanía: "un representante actual puede decir 'yo represento a la ciudadanía', pero después queda en la conciencia del legislador; el Partido de la Red propone tener un *input* real para representar a la ciudadanía"[55]. De este modo, si bien para los miembros habría "mucho de fondo en las formas"[56], la definición ideológica o política se concentraba en las formas. En las únicas cuestiones en las que el Partido de la Red sostenía tener una agenda afirmativa era en las vinculadas a las condiciones de su propia existencia: como el acceso a la información público o la difusión de la tecnología[57]. El segundo problema era hipotético pero no dejaba de ser un desafío para la forma habitual de comprender la representación: en el caso de que algún legislador fuera electo y de que la ciudadanía registrada en la plataforma votara mayoritariamente de modo contrario a la visión del legislador o de los dirigentes del partido, ¿cuál sería el camino? Quien encabezaría la lista de candidatos en 2013, aseguraba que no le resultaba problemático verse en la si-

54 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

55 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

56 Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (04-08-2015).

57 Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (04-08-2015).

tuación de votar contra su propia posición en la legislatura, siempre y cuando se reservara el derecho a hacer un descargo (*disclaim*), expresando que su opinión personal no se correspondería con su voto[58]. A lo largo de los dos años que lleva su existencia, la cuestión de la ideología del Partido de la Red generó debates entre sus miembros y se dieron algunos matices, como veremos más adelante. Sin embargo, los miembros siempre seguirían rescatando esta postura como predominante, y en particular, una mirada abierta a las experiencias que pudieran realizarse en el futuro. Como señalaban ellos mismos: "con el Partido de la Red parecieran levantarse todas las alertas que no se levantan con los partidos tradicionales y eso nubla la posibilidad de probarlo y experimentar"[59].

En todo caso, la propuesta parecía llevar a simple vista a una representación totalmente transparente, que ponía en cuestión la propia idea de representación[60], pero esto no contradecía su diagnóstico y posición sobre la política contemporánea: "cuando delegás en un representante formal hay algo de la comunicación que se rompe", afirmaba uno de sus miembros[61]. Esto era particularmente importante al considerar un aspecto menos destacado pero que formaba parte de la propuesta de conjunto: la posibilidad que tendrían los usuarios de delegar su voto[62] a otros usuarios de la plataforma para decidir sobre problemáticas específicas (sería posible delegar un voto particular o todos

58 Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (04-08-2015). Sin embargo, hay que señalar que este escenario hipotético evitaba considerar la representatividad de los usuarios y votantes de la plataforma y la evaluación de diversos grados de compromiso activo: así, una mayoría que sólo hubiera discutido una vez sobre un proyecto determinado pero luego desapareciera de la escena tendría más peso efectivo que los militantes continuos del partido.

59 Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (04-08-2015).

60 En particular, de la representación política moderna, apoyada en el rechazo del mandato imperativo.

61 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

62 Esta idea se inspira en la experiencia del Partido Pirata de Berlín, en cuya plataforma se constituyeron "supervoters", actores que, de acuerdo con los miembros del Partido de la Red, han actuado de manera responsable, informando a "sus representados" sobre el voto que realizarán (Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli, 04-08-2015).

los votos relacionados a determinada temática a otro ciudadano considerado más capacitado para ello). ¿Reabría las puertas la delegación del voto a la representación y el liderazgo, pero a partir de virtudes epistémicas, conocimientos expertos, y no políticas? Para los miembros del partido, había que pensar al votante que pudiera votar en nombre de otros más como un delgado que como un representante, sobre todo porque la prerrogativa podría en todo momento serle retirada[63]. La producción de una distinción o diferencia[64] no se basaba para ellos necesariamente en la *expertise* sobre tema[65], sino en la confianza, que podía generarse "tanto en términos técnicos como morales" [66]; también reivindicaban diversos lugares de enunciación y saberes, no todos ligados a la *expertise*: el "saber de la experiencia" del vecino en cuanto a la plaza de su esquina resulta muchas veces más valioso que el saber técnico o el del legislador que decide sobre la plaza[67]. En todo caso, el delegado nunca debería "dejar de ser un par". La misma cuestión sobre la relación entre los "pares" se planteaba hacia el interior del partido, pero sin la delegación del voto. Uno de sus miembros sostenía: "No es al liderazgo al que le escapamos. Venimos a debatir sobre la representación y qué tipo de liderazgo se plantea. Lo que no hay es el líder indiscutido"[68].

63 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

64 Que cuestionaba también la otra máxima de las democracias modernas: "un hombre, un voto".

65 Sin embargo, hay que señalar que los miembros del partido reconocen una función pedagógica en su propuesta. Uno de sus fundadores, Martín Galanternik, se preguntaba: "¿Qué tipo de educación cívica estamos proponiendo si dejamos que las personas con solo loguearse, ya den por resuelta su participación política?" (Sebastián Zírpolo, "Partido de la Red: Los hackers de la política", *Revista Brando*, 29/07/13. Otros de los fundadores sostenía por su parte: "Para la misión del Partido de la Red, la política es pedagogía, formar ciudadanos más conscientes de sus derechos y de los efectos de las decisiones colectivas" (Agustín Frizzera, "Por qué votar al Partido de la Red", *Bastión Digital*, 23/10/13).

66 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

67 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

68 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015). Para el entrevistado, las situaciones en las que el líder es indiscutido son aquellas en las que debate en las asambleas pero después lo que importa a la hora de tomar decisiones colectivas es la posición del líder.

Con esta propuesta disruptiva –participación on-line vinculante y representación transparente- comenzó la creación de un partido político formal que tenía el desafío de reunir 4.000 adhesiones para poder obtener una personería política transitoria y presentarse a las elecciones, al mismo tiempo que hacer una campaña que diera a conocer sus ideas rápidamente a los ciudadanos de la Ciudad de Buenos Aires. En cuanto a la recolección de adhesiones, se logró poco antes de las elecciones, en el mes de septiembre de 2013. La campaña electoral fue muy característica de un partido joven y surgido de las redes sociales. Como no disponían de un gran presupuesto[69], realizaron un "Comunicatón" para definir su estrategia[70], dos jornadas abiertas en las que se reunieron 45 personas, pensaron las ideas y desarrollaron los lemas, los afiches y los spots. Entre las consignas de campaña se destacaron: "Entremos todos", "Que despierte la red" y "Se ofrecen representantes que representen". Con la intención de construir un símbolo que llamara la atención en cualquier parte, y no solo viralizable por la redes sociales sino también en el espacio público off-line, crearon el "Caballo de Troya"[71], que recorrería todos los barrios porteños anunciando con un megáfono: "Así como los griegos entraron en la fortaleza, salieron del caballo y abrieron las puertas de la ciudad, nosotros venimos a presentar la estrategia para que los porteños entremos en una legislatura fortificada. No queremos que se vayan todos, queremos entrar todos"[72]. Otro de los desafíos del Partido de la Red fue

69 El presupuesto con el que contaron provino de los fondos que el gobierno de la Ciudad de Buenos Aires atribuye a los partidos para impresión de boletas, a los que se sumaron recursos personales de los fundadores del partido y una campaña de *crowdfunding*.

70 Inspirado en los "Hackatones", encuentros en los que muchos programadores se juntan durante 48hs para trabajar en equipos reducidos y programar alguna pieza de software (Siri, 2015: 214).

71 La alusión al Caballo de Troya proviene también de la expresión "troyano", término con el que en informática se denomina a la aplicación que se muestra de un modo pero que, por detrás, está haciendo otro tipo de tarea (Siri, 2015: 214).

72 Página de Facebook del Partido de la Red, 28/12/13. Esta consigna aludía a la emergente en la crisis política de diciembre de 2001 en Argentina, que decía: "Que se vayan todos, que no quede ni uno solo".

la recolección del dinero para imprimir la cantidad de boletas requeridas. Para ello, realizaron una campaña de financiamiento colectivo o *crowdfunding*. En diez días recaudaron el 100% de los 35.000 pesos solicitados por parte de 280 donantes (Siri, 2015: 215). La selección de los candidatos fue otro de los procesos que tuvieron que resolver sobre la marcha; la decisión de quién encabezaba la lista se tomó por consenso dentro del partido y fueron los fundadores los candidatos "naturales".

El cierre de la campaña consistió en la presentación de la plataforma de deliberación y votación online del Partido de la Red. Durante la semana anterior a las elecciones, la plataforma se puso en marcha y simuló el proceso que ocurriría si uno de sus legisladores resultara elegido. Como relata uno de los miembros: "Nuestra propuesta no está hecha de promesas sino de hechos. A cada persona que se nos acercaba, en lugar de contarle sobre una herramienta hipotética, directamente le mostrábamos DemocracyOs en acción con las leyes a tratar. Esto desmitificaba que las leyes fueran sobre temas complejos que requieren especialización o que usar una aplicación online fuera algo complicado" (Siri, 2015: 216).

Al decidir construir un partido político para presentarse a elecciones, los miembros del Partido de la Red fueron enfrentándose a varios desafíos que provenían del ámbito off-line: lograr una personería en pocos meses, seleccionar candidatos, obtener financiamiento para la campaña, etc. Todos estos desafíos los colocaban ante la situación de ensayar soluciones y experimentar caminos que fueran acordes a sus principios fundacionales. Finalmente, en las elecciones legislativas del 27 de octubre de 2013, el Partido de la Red obtuvo 21.943 votos, y fue la novena fuerza entre 27 alternativas[73], pero ninguno de sus candidatos accedió a una banca de legislador.

Durante 2014, el Partido de la Red mantuvo abierta y actualizada su plataforma de deliberación. Cada semana se subieron los proyectos de ley que

73 Página de Facebook del Partido de la Red, 31/12/13.

debatiría la legislatura, y propusieron a los ciudadanos discutirlos y expresar su voto, en un intento de mostrar cómo funcionaría el partido si tuviera representantes electos. Un análisis de los intercambios llevados a cabo en dicha plataforma durante 2014[74] sugiere que la mayoría de los mensajes no se limitaban a pronunciar un argumento a favor o en contra del proyecto, sino que proponían sugerencias o modificaciones, algo que no estaba previsto originalmente en la plataforma. Los miembros del Partido de la Red participaron activamente de estos debates. Otros mensajes, minoritarios, cumplían la función de aportar información. En algunos casos los datos provenían de participantes expertos en tema, pero por lo general predominaban las experiencias personales de ciudadanos afectados por las problemáticas que abordaba cada proyecto de ley. También había mensajes que se dirigían a cuestionar la pertinencia de que la legislatura abordara determinadas temáticas, en lugar de concentrar su tiempo y sus recursos en cuestiones que los usuarios consideraban prioritarias. El cuestionamiento y la expresión de rechazo hacia la legislatura como institución se encontraban muy presentes en estos casos. Lo cierto es que la deliberación on-line (una de las reivindicaciones más constitutivas del partido) siguió y sigue siendo un problema técnico, conceptual y práctico: los mensajes que daban cuenta de la lectura de los anteriores eran escasos, y los que indicaban que habían votado luego de haber participado de la deliberación, más aún, y por lo general provenientes de miembros del partido. Rastrear hilos de conversación entre los mensajes no resultaba sencillo, y casi ninguno mostraba más de una respuesta.

Pero durante 2014 lo más significativo fue que continuaron los desarrollos de la Fundación "Democracia en Red"[75], asociada al partido. En tanto las actividades como partido político, al no ser un año electoral ni contar con

74 El estudio fue exploratorio, solo se consideraron los mensajes en aquellos proyectos de ley en los que habían participado más de 300 personas (11 proyectos en total).

75 La Fundación tiene el formato de una ONG; es financiada por donaciones y por el pago de sus servicios. La misma es dirigida por algunos de los miembros fundadores del Partido de la Red y su presidenta es Florencia Polimeni, quien fue anteriormente legisladora de la Ciudad de Buenos Aires.

representantes electos en la legislatura no podían ser el centro de las preocupaciones de sus miembros, la Fundación, en cambio, se consagró a mejorar el software, elaborar nuevas iniciativas y entrar en contacto con otros partidos o instituciones a nivel local y global. En efecto, es la Fundación la encargada de desarrollar y mantener el software de participación ciudadana DemocracyOS, y de promover y facilitar su uso en diferentes instancias institucionales de la Ciudad de Buenos Aires y del mundo[76]. Como sostiene uno de los miembros fundadores del partido y de la fundación: "…tomamos la decisión fundamental de separar al software del partido político: nuestro objetivo, en definitiva, es que todos los espacios políticos estén dispuestos a incorporar esta herramienta en sus hábitos, y no solamente el Partido de la Red" (Siri, 2015. 75). La Fundación constituye un buen medio para buscar financiamiento para el desarrollo del software y puede brindar apoyo a actores diversos. En este sentido, el Partido de la Red es simplemente uno de los múltiples actores que buscan emplear la herramienta de DemocracyOS, con la especificidad de que su propuesta implica que ésta se utilice de manera vinculante con respecto a las decisiones de la ciudadanía[77]. Pero otros partidos políticos han comenzado a emplear el software para la deliberación y toma de decisiones como organización, del mismo modo que consorcios de edificios, barrios próvidos y otros actores colectivos están recurriendo crecientemente a la misma con el asesoramiento de la Fundación[78].

La iniciativa denominada *Demos* fue un proyecto de la Fundación Democracia en Red. A partir del software DemocracyOS, la legislatura de la Ciudad

76 "Podemos […] implementó DemocracyOS tanto para uso interno como para consultar con sus votantes todo tipo de temas. […] En México, el gobierno federal implementó DemocracyOS para abrir el debate sobre su política de datos públicos. Y en Túnez la organización i-Watch usó la herramienta para debatir la nueva Constitución Nacional con los tunecinos" (Siri, 2015: 218).

77 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

78 A diferencia del Partido de la Red, sobre cuya estructura organizativa diremos algo más adelante, la Fundación sí tiene una estructura jerárquica, compuesta por un Presidente, un Directorio, una Dirección Ejecutiva y Grupos de Trabajo. Sin embargo, hay una superposición muy grande entre los miembros de la Fundación y los militantes del Partido de la Red.

Autónoma de Buenos Aires habilitó durante algunas semanas en noviembre de 2014 una plataforma en la que cualquier usuario podía informarse sobre 16 proyectos de ley con estado parlamentario, de los cuales solo los tres considerados más relevantes serían debatidos y luego sometidos a votación por la ciudadanía. La iniciativa se desarrolló en colaboración con el presidente de la legislatura y los legisladores de los diferentes partidos que enviaron sus proyectos de ley, aunque las decisiones allí tomadas no eran vinculantes. En total, 13.289 porteños ingresaron a la plataforma, que tuvo a su vez 26.833 visitas totales, incluyendo usuarios de otras ciudades del mundo. La mayoría fueron jóvenes de entre 25 y 35 años, y la proporción entre hombres y mujeres fue más pareja que en otros ámbitos de participación ciudadana, 55% - 45% respectivamente[79].

El principal medio de difusión del proyecto fue Twitter: 4.569 tuits contuvieron el hashtag de *Demos*, #YoVoto. Como las pujas propias de la política partidaria generaban desconfianza ante este nuevo actor, y la intención era que *Demos* tuviera un marco institucional, fue necesario conversar con los diferentes presidentes de bloque para que se sumaran con sus proyectos y seleccionaran los más atractivos para que se discutieran en la plataforma. Esto no podía lograrse on-line[80] y era un "trabajo artesanal"[81], tocar puertas, hablar con los asesores, persuadir a los legisladores, para lo cual los miembros del Partido de la Red ponían en juego los diversos vínculos políticos previos de cada uno. Uno de los primeros aspectos en los que *Demos* mostraba la importancia de la articulación entre los ámbitos on-line y off-line fue la interacción ineludible con los actores políticos e institucionales.

Pero más evidente en este sentido fue el resultado del proceso de deliberación y en particular de votación. El proyecto ganador, que logró mayor par-

79 Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (04-08-2015).

80 Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (04-08-2015).

81 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

ticipación y cantidad de votos, era un proyecto para mejorar las condiciones de trabajo de los enfermeros y enfermeras en hospitales públicos que había sido presentado por M. Ramal, legislador del Frente de Izquierda. Este proyecto logró la participación de 1434 personas, resultado que fue posible porque los dirigentes del Frente de Izquierda llamaron a votar por el proyecto a sus militantes y se movilizaron para concientizar también a los afectados directos del proyecto de ley, yendo a los hospitales a realizar campañas de difusión. En palabras de uno de los miembros del Partido de la Red: "Hubo un colectivo offline que copó la plataforma"[82]. Esto fue interpretado como una prueba de la relevancia de los actores organizados off-line y de las acciones llevadas a cabo en este ámbito, el "correlato físico"[83], para el desarrollo exitoso de las actividades on-line[84]. Ésta era también la opinión de algunos de los representantes que formaron parte de la iniciativa, como por ejemplo, el legislador del bloque CC-ARI y vice-presidente tercero de la legislatura de la Ciudad, cuyo proyecto encaminado a aumentar el presupuesto educativo salió segundo en cantidad de votos: "Ni el ciber-militante puede reemplazar al militante, ni el ciber-legislador al legislador; el territorio y el cara a cara no pueden ser reemplazados por las redes, pero son complementarios: la incorporación de las nuevas tecnologías amplía el espacio público."[85].

En cuanto a la deliberación y discusión de los proyectos, la dinámica que pudo observase fue similar a la que describimos más arriba sobre el uso de la plataforma del Partido de la Red: la deliberación no alcanzó el grado de profundidad que se esperaba, los diálogos eran difíciles de generar; pese a la existencia de un botón de respuesta, y considerando que éste no producía noti-

82 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

83 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

84 Desde la CC-ARI hicieron spots para difundir por las redes sociales el proyecto que estaban defendiendo; pero esto implicó priorizar otra estrategia del ámbito on-line.

85 Entrevista con Maximiliano Ferraro (22-09-2015).

ficaciones, no se dieron con frecuencia las re-respuestas[86]. El compromiso asumido por los legisladores era darle tratamiento a los tres proyectos que salieran electos de la votación luego de la discusión. El proyecto más votado, que llevaba seis años sin poder ser aprobado por la comisión parlamentaria para ser tratado en el recinto, después de la experiencia de *Demos* volvió a ser "cajoneado" por la legislatura, no pudiendo llegar al recinto; el proyecto que quedó en segundo lugar no pudo pasar tampoco de comisiones, y el proyecto que quedó en tercer lugar logró ser tratado en el recinto pero no se aprobó. Sin embargo, la iniciativa tuvo como principal efecto positivo que la ciudanía estableció una agenda divergente a la de los representantes políticos, y dio una visibilidad a proyectos de bloques chicos que de otro modo no habrían podido adquirirla; pero luego, como señalaba un legislador "la pelota vuelve a la política"[87]; son los políticos los que se ven en un compromiso y responsabilidad de devolver a la ciudadanía alguna respuesta a su involucramiento.

El año 2015 trajo para el Partido de la Red un nuevo escenario: se trataba de un año electoral, pero la personería jurídica que habían obtenido de manera transitoria ya no les permitiría competir, y la normativa les exigía esta vez la obtención de afiliaciones. Esto supuso para sus miembros implementar en simultáneo dos estrategias: por un lado, intentar llegar al número de 4.000 afiliados requeridos por la Justicia Electoral de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y por otro, cuando ya se avizoraba que no podría ser posible competir en 2015, poner en marcha alguna nueva iniciativa que les permitiera ser un actor visible en la escena electoral aún sin presentar candidatos. La primera de estas estrategias supuso un giro en el formato

86 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015). El legislador del bloque CC-ARI cuyo proyecto también fue discutido, informó haber participado del debate artículo por artículo, respondiendo a preguntas y críticas, y observó que muchos acompañaban el proyecto de manera argumentada (Entrevista con Maxiliano Ferrraro, 22-09-2015) Uno de los resultados interesantes para los representantes que sometieron sus proyectos a discusión y votación fue precisamente recibir el informe elaborado por la Fundación Democracia en Red que reunía los principales argumentos positivos y negativos sobre los mismos.

87 Entrevista con Maximiliano Ferraro (22-09-2015).

del partido y el desarrollo de una dimensión territorial sobre la que volveremos enseguida.

Con el objetivo de estar presentes en el proceso electoral 2015 aún sin presentar una lista, el Partido de la Red lanzó la plataforma *Qué Proponen*, en la que podían conocerse las propuestas públicas de cada uno de los candidatos para cargos ejecutivos tanto de la Ciudad de Buenos Aires como de las elecciones nacionales argentinas. Las propuestas podían filtrarse por frente, por candidato o por tema, pudiendo asimismo visualizar sobre qué asuntos tenía más propuestas cada candidato o espacio político. También se habilitaron links a Twitter para comunicarse con los candidatos. *Qué proponen* tuvo más de 600.000 visitas, más de 9.000 "compartidos" en Facebook y 1.200 tuits con el link a la página en el caso de las elecciones a Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El pico de visitas fue el mismo día de la elección a las 11 de la mañana, sugiriendo que la ciudadanía utilizó la plataforma para informarse sobre sus opciones. Estos números además dan cuenta de la influencia que tuvo el Partido de la Red en el proceso electoral más allá de no haber presentado un candidato[88].

A partir de *Qué Proponen*, en la Ciudad de Buenos Aires se desarrolló también la aplicación *Tu Media Naranja*, en la cual los usuarios podían saber con qué candidatos tenían más afinidad a partir de seleccionar entre bloques de propuestas sobre cada tema, e indicar cuánto interés tienen por cada asunto. Estas iniciativas se vinculan con uno de los lemas del Partido de la Red desde su fundación, "debatamos ideas y no candidatos" y se insertó en una campaña electoral en la que se hablaba de la falta de debate de propuestas[89]. Para armar esta plataforma los impulsores comenzaron por recuperar la información disponible en los sitios web de los candidatos y organizar lo que ya figuraba en las

88 La iniciativa fue mencionada en los medios y al mismo tiempo imitada, por ejemplo, por el periódico *La Nación*, que propuso una herramienta similar para que sus lectores pudieran observar la afinidad que tenían con los diversos candidatos.

89 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

plataformas electorales; pero a medida que *Qué Proponen* tuvo más éxito, varios candidatos comenzaron a contactarse con ellos (de manera off-line) para agregar propuestas, corregir o completar lo que se mostraba de cada uno de ellos[90].

Si bien podía parecer que reunir las afiliaciones requeridas para asegurarse la personería era una empresa factible en 2015, la facilidad de conseguir “likes” o “follows” en las redes sociales no se tradujo en el ámbito off-line. Hasta el presente habrían reunido entre 800 y 1.200 afiliados. El Partido de la Red optó entonces por seguir en el camino de la obtención de la personería, pero con vistas a las elecciones de 2017, mientras desarrollaba una estrategia territorial.

En relación a su propuesta original, la decisión de realizar asambleas y constituir nodos en el territorio era realmente un hito que tendría impacto también en la concepción política del partido. El Partido de la Red representa en este sentido un caso llamativo: mientras que los partidos políticos tradicionales necesitan incorporar a su forma de actuar y comunicarse las nuevas tecnologías, el Partido de la Red ha ido incluyendo crecientemente el territorio y el contacto cara a cara. El diagnóstico de los miembros del partido era que “la atracción hacia lo on-line tiene que venir de lo off-line, ahí es donde se consolida una comunidad con más intensidad”[91]; y que sin salir al territorio el partido corre el riesgo de “perder sensibilidad”; la sensibilidad es algo que no podés tener “desde el sillón de tu casa”[92].

De este modo, comenzaron a establecerse nodos en base a la división administrativa en 15 comunas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Hasta el presente, los nodos trabajan en las comunas 5, 6, 7, 11, 12, 13 y 14. En las reuniones de dichos nodos[93], los temas pueden ser tanto de la comuna como

90 Entrevista con Inti Bonomo (31-08-2015).

91 Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (04-08-2015).

92 Entrevista con Inti Bonomo (31-08-2015).

93 En promedio, a las asambleas territoriales asisten unas veinte personas. Al mismo tiempo, el Partido de la Red lleva al mes de noviembre de 2015 la realización de cuatro asambleas generales a las que asisten generalmente unas setenta personas.

de cuestiones que atañen al partido de manera general, pero tienen un tono territorial particular. Se debate en relación a la colaboración con otras organizaciones barriales y de la sociedad civil, se proponen recorridas y mapeos de la comuna, y un relevamiento de las problemáticas locales. Al decir "para saber cómo podemos vivir mejor, tenemos que saber cómo vivimos", uno de los miembros del nodo de las comunas 13 y 14 hace alusión a un partido cuyo rol es formular propuestas para mejorar la vida de los ciudadanos[94]. En efecto, en los territorios, se plantea la articulación con otras organizaciones de la sociedad civil y con organizaciones políticas con el propósito de buscar respuestas a problemas específicos: destaquemos, por ejemplo, las acciones para evitar el cierre de un hospital en el barrio de Villa Urquiza, o la relación entablada con una cooperativa de cartoneros[95].

En efecto, el desarrollo de una dimensión territorial supuso revisar, matizar o volver a pensar la cuestión de la ausencia de ideología del Partido de la Red que tratamos más arriba. Uno de los miembros, responsable de la estrategia territorial afirmaba que esta concepción estaba en transformación, y que existía entre algunos miembros la idea de que el partido necesitaba tener ideas propias, aunque éstas se desarrollaran mediante mecanismos online de escritura colectiva[96]. Entrar en contacto con el territorio los obligaba en cada barrio a tomar posición sobre los problemas que se discuten en las asambleas[97]. Al mismo tiempo, fue en aumento la toma de posturas frente a problemas o acontecimientos públicos con respecto a 2013. Los acuerdos fundacionales afirman que "el Partido de la Red solo tomará postura sobre los temas de coyuntura en tanto afecten las condiciones mínimas para una democracia en red", pero las tomas

94 Observación participante de una Asamblea Territorial, barrios de Belgrano y Núñez y entrevista con el coordinador, Enrique Elvas (22-08-2015).

95 Entrevista con Inti Bonomo (31-08-2015).

96 Entrevista con Inti Bonomo (31-08-2015).

97 Observación participante de una Asamblea Territorial, barrios de Belgrano y Núñez y entrevista con el coordinador, Enrique Elvas (22-08-2015).

de posición del partido en las redes sociales se incrementaron, tanto en cantidad como en la apertura temática. En la página de Facebook oficial del partido, durante 2013 solo hubo dos tomas de postura, ambas que podrían considerarse vinculadas a las condiciones de existencia de una democracia en red. En 2014 se postearon siete tomas de postura en relación con cuestiones coyunturales, incluso más polémicas, como en contra de la falta de vacantes en escuelas públicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Por último, en 2015, se publicaron cuatro tomas de postura, adentrándose en temas aún más controvertidos como la muerte del fiscal Alberto Nisman o la movilización #NiUnaMenos. Así, la definición de posiciones ideológicas es uno de los puntos en discusión dentro del partido. Para uno de sus miembros: "La sociedad te va pidiendo definiciones ideológicas tradicionales"[98]; para otro, el Partido de la Red va a tener que empezar a tener posiciones ideológicas pero no necesariamente en un sentido tradicional, porque siempre será luego refrendado por la ciudadanía[99]; lo cierto es que: "si estás inserto en el sistema político no podés ser un actor que diga sí o no, sino que tenés también que ser proactivo, tener iniciativa"[100].

Durante 2015 el Partido de la Red también modificó su estructura de organización interna. Si en 2013 funcionaban con un consejo ejecutivo, conformado por entre 60 y 70 personas que tomaban las decisiones sobre todos los temas en asamblea, en 2015 se reemplazó este consejo por un Comité Ejecutivo for-

98 Entrevista con Inti Bonomo (31-08-2015).

99 Este quizá sea uno de los aspectos en los que, según la perspectiva de sus miembros, el Partido de la Red se diferencia de otros partidos surgidos de la red, como los europeos Podemos o Movimento Cinque Stelle: "ellos tienen liderazgos carismáticos muy claros y caen en algunas cosas de los partidos tradicionales porque están disputando el poder y tienen perspectiva ideológica" (Entrevista con Felipe Muñoz, 21-09-2015). Sin embargo, estas experiencias son claras referencias para su propuesta: la estructura en círculos de Podemos inspira su estructura en Nodos, por ejemplo. (Entrevista con Inti Bonomo, 31-08-2015). Y al mismo tiempo, tienen contacto frecuente con todas estas experiencias a través de la Fundación Democracia en Red: los partidos contactan a la Fundación para que los asesore, como los representantes de Cinque Stelle en la ciudad de Trieste, o en otros casos, toman el código y lo desarrollan ellos, dado que en lo esencial es un código abierto (Entrevista con Felipe Muñoz, 21-09-2015).

100 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

mado por los coordinadores de cada uno de los 7 nodos temáticos, a los que se agregaron los coordinadores de los nodos territoriales desde junio de 2015[101]. En todo caso, el órgano soberano y de rendición de cuentas es la Asamblea General, de la que participan todos los afiliados. Para preparar las discusiones de las asambleas generales y establecer los temarios, los miembros del partido están desarrollando una plataforma on-line específica, pero advierten que la asamblea general "no se podría reemplazar por una on-line, discutir cara a cara te da otra conexión con las cosas, es distinto, no necesariamente mejor; el ideal es un híbrido donde se maximicen los beneficios del cara a cara y de lo on-line"[102].

Otra novedad para el Partido de la Red ha sido la emergencia de Partidos de la Red en otras localidades del país: La Rioja, Mar del Plata, Rosario, Córdoba, Tandil, Necochea, Lanús[103]. Se planteó la discusión sobre si existiría una jerarquía que subordinara los nuevos nodos al original de la Ciudad de Buenos Aires, pero se optó por la horizontalidad; de manera que en cada localidad el Partido de la Red se está construyendo autónomamente y con características específicas de su contexto[104].

¿A quién incluye y a quién representa el Partido de la Red? Por un lado, sus miembros observan que la plataforma es una herramienta de los débiles

---

101 Los nodos temáticos o funcionales existentes actualmente son: Plataforma (coordinado por Agustín Frizzera, se encarga de pensar, desarrollar y mantener los contenidos de las plataformas del partido), Financiamiento, Territorio (coordinado por Inti Bonomo), Partidos en Red (relaciones con los otros Partidos de la Red), Afiliaciones (coordinado por Gonzalo Arguello), Comunicación, y Organización (coordinados por Martín Galanternik). Pero también, como nodos periféricos, están activos los nodos Arte, Academia, Diseño, Haití (IT) y Software.

102 Entrevista con Inti Bonomo (31-08-2015).

103 En La Rioja capital existe personería jurídica. El nodo de Mar del Plata es también muy activo, e incluso fue el que desarrollo una aplicación para fiscalizar las elecciones que usó también el Partido de la Red de Ciudad de Buenos Aires, con lo que se empezó a descentralizar la producción de contenidos. La mayoría de las páginas de Facebook repiten los posteos de la página original de Ciudad de Buenos Aires e informan sobre reuniones locales, algunos nodos son por el momento iniciativas personales con alrededor de diez seguidores.

104 Entrevista con Inti Bonomo (31-08-2015). Sin embargo, las jerarquías informales son operantes, por la oratoria y la experiencia, los iniciadores del partido en la capital siempre son referentes.

frente a los poderosos, en el sentido de que el software desarrollado supone bajar el costo de la participación para todos[105]. Pero, por otro lado, no podría imaginarse un cuerpo de representantes enteramente conformado por legisladores del Partido de la Red; es necesario todavía que existan otros partidos que representen a quienes no tienen acceso ni familiaridad con las nuevas tecnologías[106]. Mientras subsista la "brecha digital" el Partido de la Red tendrá un déficit representativo e inclusivo. Se encuentra en este sentido con un límite que el ámbito off-line le plantea al ámbito on-line.

Pero hemos visto que estos ámbitos tienen que interactuar en varios sentidos en la experiencia del Partido de la Red: sus iniciativas implican contactar a otras fuerzas políticas, la normativa electoral les impone la búsqueda de afiliaciones en el territorio, el territorio se revela necesario para potenciar su "sensibilidad" y a su vez obliga a tomar partido en algunas cuestiones y coordinar acciones con actores específicos. En palabras de sus miembros: "on-line y off-line son universos que están cruzados"[107]. Pero éste es el terreno de lo que podemos llamar un "experimentalismo democrático". Tanto en la forma de concebir su organización interna, como la toma de posturas hacia la sociedad, o en la elaboración y corrección permanente de aplicaciones on-line que fomenten la participación ciudadana, lo que caracteriza al Partido de la Red es la experimentación. Así, es la propia democracia la que se concibe como experimentación, prueba, ensayo y error, ya que "la tecnología es siempre un mientras tanto, la herramienta está viva"[108]

105 Entrevista con Felipe Muñoz (21-09-2015).

106 Entrevista con Inti Bonomo (31-08-2015).

107 Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (04-08-2015).

108 Entrevista con Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (04-08-2015).

5. Change.org: el grito digital

Change.org es una plataforma de peticiones on-line que funciona en Argentina desde enero de 2013 y fue adquiriendo relevancia rápidamente ya que muchos temas de importancia pública comenzaron a traducirse también en peticiones en la plataforma, como el pedido de que se regulen los debates presidenciales obligatorios, la sanción de leyes vinculadas a los derechos de salud, o la exigencia de políticas contra la violencia de género en relación a la movilización #NiUnaMenos (entre las más recientes). A través de la plataforma se han logrado hasta el presente muchas respuestas positivas a peticiones y cambios institucionales significativos. La mayor herramienta de difusión de las peticiones originadas en esta plataforma on-line son las propias redes sociales, pero la relevancia que fue adquiriendo hizo que muchos de los temas tratados fueran recuperados también en los medios de comunicación tradicionales. El gran potencial de Change.org para conseguir "victorias" (resultados positivos en el ámbito off-line) se debe a su forma de ejercer presión sobre los decisores políticos, pero también a la apelación a la narrativa de historias personales, las imágenes por sobre la argumentación impersonal, y las experiencias singulares frente a posiciones de actores organizados.

En 2007 Change.org nació en los Estados Unidos, con una funcionalidad asociada a un blog sobre temas de cambio social. Había sido creada por Ben Rattray, estudiante de la Universidad de Stanford. Con el correr del tiempo, el formato de peticiones online del blog resultaba más atractivo (es decir, mostraba mayor cantidad de tráfico) que las propias notas del blog, por lo cual se decidió transformar a Change.org en una plataforma exclusivamente de peticiones. Luego se expandió a otros países: los primeros fueron Inglaterra y Australia. En España existía una plataforma llamada "Actuable" que terminaría fusionándose con Change.org, y a partir de la versión en idioma español Change.org se extendió a América Latina. Fue la propia utilización de una plataforma global por parte de los usuarios la que fue creando las antenas locales en los distintos

países[109]. En enero de 2013 comenzó a funcionar en Argentina[110]. Una de las primeras peticiones iniciadas se vinculaba a la problemática de las inundaciones en las ciudades de Buenos Aires y La Plata, y se dirigía hacia el gobierno nacional pidiendo la realización de acueductos y alcantarillados. Esta petición había sido iniciada por una periodista española. El vínculo con este país en el inicio de la plataforma era fuerte, ya que antes de 2013 Change.org había comenzado a utilizarse por usuarios argentinos en su versión española, especialmente en peticiones vinculadas al derecho animal[111]. Actualmente, existen 2 millones y medio de usuarios activos en Argentina (2.9 millones de usuarios en total) y las temáticas que concentran mayor cantidad de peticiones son: justicia económica (19,1%), derechos de los animales (16,4%), derechos humanos (14,3%), salud (13,2%) y medio ambiente (13%)[112].

La plataforma es definida por sus creadores como una herramienta capaz de promover el cambio social desde la acción de los ciudadanos individuales. En su sitio web, se menciona que "la misión de Change.org es dar poder a las personas de todo el mundo para generar los cambios que quieren ver"[113] Según su responsable en Argentina, Change.org ha sido creada para empoderar, darle a las personas la posibilidad de lograr los cambios que desean, pero sin definir el tipo de cambio a priori. Es una plataforma dinámica que busca influir en los tomadores de decisiones y producir resultados concretos[114]. Al enfocarse en el

109 Entrevista con Gastón Wright (10-08-2015).

110 Change.org es coordinado en Latinoamérica por Susana Fernández Garrido, licenciada en Ciencias de la Información que anteriormente trabajó en Amnistía Internacional, y en Argentina por Gastón Wright, licenciado en Ciencia Política de la Universidad de Toronto. El responsable de la plataforma en Argentina es el encargado de seleccionar el staff local que se encarga principalmente de impulsar las campañas de difusión.

111 Entrevista con Gastón Wright (10-08-2015).

112 Informe realizado por Change.org y publicado en el periódico *La Nación* el 21/10/15: (Ver: http://www.lanacion.com.ar/1838364-changeorg-barometro-sociedad-argentinos-preocupaciones-elecciones). En el mundo, la plataforma tiene más de 110 millones de usuarios en 196 países.

113 Extraído de los Términos de Servicio: https://www.change.org/policies/terms

114 Entrevista con Gastón Wright (10-08-2015).

cambio, no se trata de una plataforma con peticiones vinculadas al statu quo, aunque en algunos casos puedan surgir pedidos que busquen resguardar el estado actual de una cuestión ante la amenaza de cambio[115].

A diferencia de otras plataformas de peticiones como Avaaz, Change.org no se posiciona institucionalmente sobre las peticiones y tampoco inicia por sí misma peticiones; se busca que sean los mismos usuarios los que tengan la iniciativa y la plataforma sólo colabora en la difusión de aquellas peticiones que logran reunir gran cantidad de firmas, pero "no tiene una agenda específica"[116]. Según los Términos de Servicio de Change.org: "No somos responsables por el contenido de nuestros usuarios, y no controlamos el contenido de los usuarios (...) No apoyamos ningún punto de vista, opinión, recomendación o consejo que puedan publicar los usuarios"[117]. La plataforma no toma posición sobre las peticiones, pero puede dar de baja algunas de ellas en casos extremos como aquellos en los que los mensajes tienen un abierto contenido discriminatorio[118].

115 El caso del "Centro Cultural Kirchner" es ilustrativo en este sentido, ya que en la plataforma se han iniciado dos peticiones al respecto: una de ellas busca cambiar el nombre del Centro Cultural, amparándose en la idea de su falta de representatividad de la sociedad argentina, y una contra-petición busca sumar apoyos para mantener el nombre y recurre al recuerdo de la dictadura militar que proscribió el nombre del ex presidente Juan Domingo Perón para fundamentarlo.

116 Entrevista con Gastón Wright (10-08-2015). La plataforma colabora en la difusión de algunas peticiones enviando correos electrónicos; dispone de un *mailing list* de dos millones y medio de personas, aunque generalmente realiza un *targeting* de los destinarios según sus temas de interés (definidos en función de peticiones firmadas anteriormente o de sus perfiles sociales).

117 Extraído de los Términos de Servicio: https://www.change.org/policies/terms. Otra diferencia se puede encontrar en el método de financiamiento. Mientras que Avaaz es una ONG que recibe donaciones de fondos por parte de individuos o fundaciones, Change.org constituye un modelo de "negocio social" que no se financia a través de donaciones sino que tiene una estrategia de sustentabilidad a partir de la venta de "peticiones sponsoreadas", "promocionadas" o "patrocinadas". Esto no significa que Change.org se encuentre afiliada a las organizaciones responsables de estas peticiones o que decida una postura favorable a las mismas (Entrevista con Gastón Wright, 10-08-2015).

118 La plataforma establece que ciertas peticiones pueden ser dadas de baja si no cumplen con los denominados "Términos de Servicio" y/o las "Normas de la Comunidad". En principio, toda petición ilegal entra dentro de esta categoría. Un caso es el de la protección de los derechos de autor. Otro caso es el del lucro directo: peticiones que busquen vender algún producto o servicio. También puede eliminarse una petición si se "escracha" a una persona brindando datos per-

¿Qué se necesita para iniciar o firmar una petición? El primer paso es la creación de una cuenta de usuario. El usuario debe ser mayor de trece años, debe ser una persona real, actuar en nombre propio, y se encuentra prohibida la suplantación de la identidad. Cada usuario puede iniciar una "campaña", es decir, crear una petición específica en la plataforma y promocionar la misma a través de las redes sociales, correo electrónico u otros medios de comunicación. La misma plataforma anima a los usuarios a compartir su petición, a "movilizar" a los amigos, la familia y la comunidad. Una vez creada, también se promueve que el usuario actualice el estado de la petición, una forma de "mantener al corriente" a los firmantes acerca de los avances y retrocesos hacia los logros. Por otra parte, además de "peticionantes", los usuarios pueden ser "firmantes" de otras peticiones. En efecto, en la plataforma existen tres roles diferenciados: 1) los peticionantes; 2) los destinatarios, aquellos a los que se dirigen formalmente las mismas; 3) los firmantes. Los peticionantes pueden ser tanto ciudadanos a nivel individual u organizados. Por otra parte, entre aquellos a los que se dirigen las peticiones podemos distinguir entre: a) el sector estatal: representantes de gobierno, funcionarios, legisladores de distintos niveles o tribunales de justicia; b) empresas privadas que brindan servicios públicos; c) organizaciones de la sociedad civil. Las peticiones pueden estar dirigidas a varios agentes. También existen peticiones de un cuarto tipo, que se encuentran dirigidas a conglomerados más abstractos, como "los argentinos". Sin embargo, gran parte del éxito que pueda tener la petición está condicionada por la identificación precisa de los responsables y decisores con competencia para dar respuesta al pedido[119].

---

sonales y no respetando así la privacidad de las personas. La utilización de un lenguaje de odio o discriminatorio que lesiona derechos humanos, de un lenguaje obsceno o la publicación de imágenes explícitas (es decir, violentas, sexualmente explícitas u ofensivas) amerita asimismo la eliminación de una petición (Entrevista con Gastón Wright, 23-09-2015). Los usuarios pueden también utilizar una función denominada "Denunciar contenido inapropiado" (es decir, contenido prohibido) que se encuentra al ingresar a cada petición.

119 Entrevista con María Pazo (28-09-2015). Como señalaba esta peticionaria y asesora legislativa: "El poder está diseminado y no está claro quién puede dar la respuesta. Esta plataforma permite organizar la demanda y apuntar directamente a quien lo puede resolver" (Entrevista con María Pazo, 28-09-2015). Es por eso que con frecuencia Change.org asesora a los peticionarios

Finalmente, los firmantes pueden, por su parte firmar, agregar un comentario justificando el apoyo, y difundir ellos mismos la petición[120].

Con respecto al tipo de peticiones, existen distintas categorías utilizadas por la plataforma que no necesariamente son excluyentes una con otra. Por un lado, las peticiones "cerradas" son aquellas que no permiten la admisión de nuevas firmas. El cierre de la petición sucede cuando el usuario lo decide (puede o no justificarlo públicamente) o si ha pasado más de un año sin tráfico[121]. Otras son las peticiones "destacadas" que aparecen en la página principal de Change.org; son seleccionadas por el staff de Change.org, por ejemplo, por ser peticiones que se encuentran en la agenda pública[122]. Luego encontramos las peticiones "populares", aquellas que se están "moviendo", es decir, que están siendo firmadas diariamente, que tienen la mayor cantidad de tráfico diario –aunque pueden o no tener un alto número de firmas-[123]. Es posible acceder a estas peticiones desde la página de inicio, y, como las peticiones destacadas, van cambiando con el tiempo. Tanto las peticiones destacadas como las populares son parte de un universo mayor: las peticiones abiertas, es decir, todas aquellas

para cambiar los destinatarios cuando no están bien identificados en la petición inicial. Las victorias son más probables si las peticiones son dirigidas a funcionarios de segundo o tercer nivel, aquellos que efectivamente pueden ocuparse de un tema (en general de funcionarios más que "representantes" en el sentido estricto). Las peticiones dirigidas directamente a la Presidenta o al Jefe de Gobierno no son del todo efectivas. Tampoco tienen efectividad las peticiones dirigidas a los colectivos abstractos. (Entrevista con Gastón Wright, 23-09-2015). En todo caso, "saber quién me puede dar la respuesta ya es el 80% del camino" (Entrevista con María Pazo, 28-09-2015).

120 Al pertenecer al registro de usuarios de Change.org, la plataforma les hace llegar las peticiones activas que podrían ser de su interés. A través del correo electrónico brindado por el usuario al registrarse, Change.org se comunica periódicamente enviando actualizaciones generales, novedades de las peticiones firmadas y "peticiones personalizadas", en base a las peticiones firmadas anteriormente por el usuario y a otras peticiones que haya accedido.

121 Entrevista con Gastón Wright (23-09-2015).

122 No se seleccionan por la cantidad de firmas sino que se incluyen también peticiones con pocas firmas en base al espíritu contra-mayoritario de la plataforma (Entrevista con Gastón Wright, 23-09-2015).

123 Entrevista con Gastón Wright (10-08-2015).

que aún se encuentran disponibles para ser firmadas. Luego nos hallamos con el universo de peticiones victoriosas o "victorias", cuyo objetivo principal ha sido logrado[124].

Argentina es el país que más victorias tiene en relación a la cantidad de usuarios. El 38% de los ciudadanos activos experimentaron victorias a lo largo de tres meses en el mundo, mientras que en Argentina el promedio es del 66%. Hay un total de 403 victorias[125]. La plataforma brinda ciertos consejos claves para aumentar la posibilidad de conseguir una victoria: insta a que las peticiones sean dirigidas al responsable real, con capacidad concreta de resolución del problema; recomienda que las peticiones vayan acompañadas de imágenes y que narren una historia personal[126]. Pero no es sólo la forma de presentar las peticiones la que hace más probables las victorias; un aspecto fundamental es la dinámica de la plataforma para ejercer presión sobre los destinatarios. Cada vez que un usuario firma una petición se envía un e-mail a la casilla de correo electrónico pública del gobernante o funcionario al que se dirige; no sólo es público el pedido dirigido al destinatario con nombre y apellido, sino que además su casilla se inunda con correos electrónicos. La presión se potencia por medio de las redes sociales, mediante las menciones al funcionario o gobernante. Twitter es prolífica y funciona muy bien para este fin: los peticionantes y firmantes pueden proceder a "arrobar" a los representantes para masificar la llegada de la petición y asegurarse de que el representante reciba la misma, ya sea directamente o a través de un *community manager*. Los destinatarios son permeables

124 En Argentina la mayor cantidad de victorias se concentra en el área de salud. Los directivos de Change.org confían en que el crecimiento en cantidad de usuarios que tiene el país implicará que las peticiones cada vez más tardarán menos en conseguir firmas. Pero no existe una relación directa entre la cantidad de firmas obtenida por una petición y su victoria. La mayor parte de las victorias están en las peticiones que obtienen entre 15.000 y 70.000 firmas (Entrevista con Gastón Wright, 23-09-2015).

125 Entrevista con Gastón Wright (23-09-2015).

126 El formato recomendado de las peticiones es el siguiente: iniciarla a partir de la narración de una historia personal del usuario, y a partir de allí, poder explicar cuál es el problema por el cual el usuario se ve afectado; utilizar un lenguaje simple y cotidiano, proponer soluciones y enfatizar la importancia de lograr apoyos.

debido al alto costo político que tiene la exposición pública de la petición; en particular, los gobernantes pueden percibir las peticiones como amenazas a su reputación[127]. De este modo, mientras que para los peticionantes y firmantes el costo de participar es muy bajo, para los destinatarios se vuelve muy alto el costo de no dar respuesta[128].

El crecimiento de Change.org en Argentina (en cantidad de usuarios y de victorias) fue acelerado desde su lanzamiento en 2013[129], dado que enseguida se destacaron algunas peticiones con un alto nivel de incidencia en la agenda pública: en abril de 2013 una petición contra la reforma judicial que se estaba debatiendo en el país; en mayo, una petición en rechazo del contenido homofóbico de los cuestionarios para donadores de sangre; en octubre, una petición dirigida a la Presidenta para que interviniera en pos de la liberación de una activista argentina de Greenpeace detenida en Rusia; en noviembre, una petición por una nueva Ley de Diabetes, estableciendo la obligatoriedad para las obras sociales y empresas de medicina prepaga de brindar la cobertura de los tratamientos de los pacientes. Estas peticiones de alto impacto ya durante el año 2013 difundieron enormemente la plataforma y a partir de 2014 se multiplicarían la cantidad de peticiones con cobertura mediática y cuyas temáticas se convirtieron en debates públicos.

Es importante señalar que se constata un mayor éxito de las peticiones iniciadas por peticionarios individuales[130]; aún en los casos en que los peticionantes formen parte de alguna organización y se encuentren articulando acciones con la sociedad civil o con algunos actores políticos, la tendencia que

---

127 En particular en el caso de los municipios este temor puede agravarse ya que los funcionarios tienen más posibilidad de cruzarse a los peticionantes o a los firmantes en la localidad.

128 El costo es más alto para los funcionarios que no desempeñan los más altos cargos públicos. (Entrevista con Gastón Wright, 23-09-2015).

129 Tuvo un crecimiento del 401% en su primer año.

130 Los peticionantes individuales representan el 95% frente al 5% de peticionantes organizados en asociaciones civiles. Entrevista con Gastón Wright (10-08-2015).

se observa, más exitosa y recomendada también por la plataforma, es a la presentación de las peticiones como ligadas a historias de vida o experiencias singulares[131]. Entre los peticionantes individuales suelen encontrarse víctimas o damnificados por alguna cuestión concreta, que peticionan directamente o a través de sus familiares; narran su propia historia pero también buscan ser representativos, con su ejemplo, de una problemática mayor. También existen casos de damnificados que no se refieren específicamente a la historia una sola persona, sino a la historia de un grupo mayor, por ejemplo, de la comunidad local en donde viven, como en el caso de un padre que pedía que no se cerrara el colegio de su hijo por su cercanía con el estadio del club de fútbol "Almirante Brown". En otros casos, personas sensibilizadas por alguna temática colectiva resonante en la agenda pública (como la solicitud de garantías al equipo de investigadores de la muerte del fiscal Alberto Nisman, la reincorporación del fiscal José María Campagnoli que investigaba un caso de corrupción, desplazado de su cargo, o la implementación de la boleta electrónica para las elecciones), presentan el problema asimismo desde la perspectiva del "ciudadano común". Por otro lado, están las peticiones de organizaciones de la sociedad civil, diversas entidades comunitarias o redes establecidas a favor de una causa, entre las que se destacan las causas animalista y ecologista (como la que busca prohibir las carreras de perros de raza Galgo en el país, iniciada por la red "Proyecto Galgo Argentina").

En todo caso, se observa que la mayoría de los peticionantes participan a nivel individual y las peticiones realizadas en nombre de organizaciones de la sociedad civil son minoritarias. En consonancia con el tipo de peticionante privilegiado, el registro de las peticiones predominante y con mayor impacto es el *storytelling*[132] que puede producir empatía en potenciales firmantes -a dife-

131 Entrevista con Gastón Wright (10-08-2015).

132 Además del *storytelling*, en las peticiones suele hacerse alusión a amplios y abstractos valores compartidos, como "justicia", "pluralidad", "dignidad humana", "legalidad", etc. Pero tal como lo señalaba el responsable de Change.org en Argentina: "al contar la propia historia, se cuenta la historia de otras personas que pueden tener el mismo problema, se sienten reflejadas en la historia. El *storytelling* es efectivo porque genera empatía, incluso es la manera de comunicar que tienen los medios tradicionales. Una parte de la vida privada se expone al escribir la petición,

rencia del registro típico de las peticiones de organizaciones no gubernamentales o de la sociedad civil-: “Básicamente, consumimos historias todos los días”, reconoce el responsable de Change.org[133]. Si la empatía es lo que moviliza a los firmantes, y la amenaza de su reputación a los destinarios, los peticionantes destacan con frecuencia que es el sentimiento de indignación el que los conduce a iniciar la petición[134].

Si bien los conocimientos expertos no son requisito para iniciar peticiones, muchas veces los saberes profesionales, técnicos, legales, adquiridos en el ámbito off-line colaboran con el logro de peticiones exitosas. Sin embargo, no es el objetivo de la plataforma transmitir mensajes en registros expertos, sino todo lo contrario. En 2015 se realizaron dos peticiones de amplia repercusión ligadas a la normativa electoral, en el contexto de las elecciones generales. Una de ellas, que pedía la aprobación de una ley obligando a los candidatos al debate presidencial fue iniciada por un politólogo y profesor universitario, Diego Muzio. Para el responsable de Change.org se trató de ejemplo de petición con información pertinente y muy bien redactada; podría haber sido una petición de una organización no-gubernamental como Poder Ciudadano, pero en ese caso “hubiera obtenido 500 firmas”; lo que la hizo más exitosa es que “la escribió Diego como un ciudadano común que también es politólogo”[135]. La segunda petición con amplia repercusión, pidiendo reemplazar el sistema electoral vi-

---

entonces la participación en esta plataforma se sitúa en un ‘espectro gris' entre lo íntimo y lo público” (Entrevista con Gastón Wright, 10-08-2015).

133 Entrevista con Gastón Wright (10-08-2015).

134 María Pazo, peticionaria que solicitó el urgente arreglo de un desagüe en una esquina de su barrio, narra que decidió hacer la petición en el momento mismo en el que le pareció indignante el riesgo que suponía para cruzar la avenida; mojada por la lluvia como estaba entró a su casa y con ese sentimiento de indignación, redactó la petición (Entrevista con María Pazo (28-09-2015). Natalia Luque narra también que decidió hacer la petición cuando volvió a su casa luego de votar e indignarse frente a lo engorroso del sistema electoral con “listas sábanas” Hizo la petición mientras comía: “fue como un desahogo, no como un objetivo de conseguir 300.000 firmas” (Observación participante de la reunión entre la peticionaria Natalia Luque y Change.org para llevar las firmas al Congreso y entrevista con la peticionaria, 23-10-2015).

135 Entrevista con Gastón Wright (23-09-2015).

gente por la boleta electrónica, fue iniciada por una "ciudadana común", como se define ella misma, ama de casa, sin experiencia profesional en el tema, ni militancia política ni asociativa previa[136]. En 12 horas Natalia logró más de 25.000 firmas, canalizando la indignación sobre la llamada "lista sábana"[137], subrayaba el responsable de Change.org. La expresión de la indignación, la narración de una historia y enviar la petición en el momento oportuno son claves que no pueden ser reemplazadas por saberes técnicos o lenguajes especializados[138].

Hay casos también en los que la propia dinámica de la campaña obliga a los actores a volverse "expertos" en el tema, desde el punto de vista técnico, científico y legal, como narraba Germán Montenegro, ciudadano común iniciador de la petición victoriosa por la Ley de Trasplantados[139]. Diego Muzio destacaba que, si bien el saber profesional o técnico no es necesario para generar la petición, luego es una herramienta importante para sostener las entrevistas en los medios[140]. Lo mismo relataba Germán: aunque no fuera un experto en el tema, se puso a estudiar cuestiones ligadas a las leyes y específicas de medicina, porque, sostenía, cuando te contactan los medios u otros actores institucionales "tenés que saber o saber"[141].

136 Observación participante de la reunión entre la peticionaria Natalia Luque y Change.org para llevar las firmas al Congreso y entrevista con la peticionaria (23-10-2015).

137 En Argentina se denomina "lista sábana" a boleta partidaria que se presenta en distritos plurinominales de tamaño grande y es cerrada y bloqueada. Se suele incluir en la misma boleta los candidatos para los distintos niveles de representación, legislativos y ejecutivos, de manera que, entre otras razones, es muy criticada por su tamaño desmedido, que puede superar el metro de largo.

138 Entrevista con Gastón Wright (10-08-2015). El entrevistado sostenía que, al contrario: "Hay muchas peticiones que no tienen sustancia desde el punto de vista intelectual pero sí desde la historia que cuenta una persona".

139 Entrevista con Germán Montenegro (29-09-2015).

140 Entrevista con Diego Muzio (24-09-2015).

141 Entrevista con Germán Montenegro (29-09-2015). El saber que desarrolló Germán en la cuestión específica que lo movilizaba pero también la experiencia de la empresa que llevó adelante condujo a que le ofrecieran integrar como independiente una lista de concejales en la ciudad de Corrientes. Otro aspecto llamativo que narra el peticionario es que muchos ciudadanos co-

Change.org se potencia por sus repercusiones, tanto en las redes sociales[142], como en los medios de comunicación tradicionales. Los usuarios, peticionantes y firmantes, suelen difundir sus campañas por las redes sociales. En el caso de Facebook, Change.org establece una forma de asociar la cuenta de usuario en la plataforma con una cuenta de Facebook, permitiendo llegar a todos los amigos del usuario, y también puede compartirse el link de la petición en las redes sociales. Sin la viralización que le proporcionan las redes sociales, Change.org no podría lograr la repercusión que ha tenido y sigue en aumento.

La conexión directa con las redes on-line hace de la plataforma una plataforma abierta y porosa, en lugar de un foro cerrado sobre sí mismo. Los medios de comunicación tradicionales (periódicos, radios, televisión) dan crecientemente difusión a muchas de las campañas iniciadas en Change.org; sin duda esto amplifica sus potencialidades[143], pero hay que notar que, aunque con frecuencia los responsables de la plataforma o los peticionantes buscan a los medios tradicionales para aumentar la difusión de sus campañas, es muy habitual también que los medios tomen a Change.org como una fuente de noticias

---

munes comenzaron a tomarlo con un referente en la cuestión y a enviarle mensajes privados consultándole cómo cambiar de obra social, y algunos médicos le dan su contacto a los pacientes para que les informe sobre los aspectos legales de los derechos de los trasplantados. Tal como mencionamos más arriba en el caso de las impulsoras de #NiUnaMenos, el liderazgo social que construyen las redes sociales lleva a los actores a asumir responsabilidades inesperadas. De este modo, son saberes políticos y cualidades representativas los que pueden desarrollarse también en el proceso de las campañas on-line y en las actividades anexas off-line. En el caso de Natalia Luque, su preocupación de que la petición no fuera tomada ni como opositora ni como oficialista, revela la adquisición de una práctica política. "Yo no estoy a favor ni en contra de ningún político, yo estoy a favor de la gente, del ciudadano común, ...jaja, parezco un político!", afirmaba (Observación participante de la reunión entre la peticionaria Natalia Luque y Change.org para llevar las firmas al Congreso y entrevista con la peticionaria, 23-10-2015).

142 Por ejemplo, tomando una muestra del tráfico durante la entrevista con el responsable de Change.org en Argentina, se observa un 37% de los usuarios provenía de Facebook, un 6% había accedido a través de Whatsapp, un 4% vía correo electrónico, y un 1,7% vía Twitter (Entrevista con Gastón Wright, 10-08-2015).

143 Los medios suelen interesarse en inscribir las peticiones en sus posturas a favor o en contra del gobierno nacional. Pero se constata que una mayor difusión en la prensa no necesariamente se traduce en éxito garantizado de una petición.

y debates[144]. Cabe destacar que Change.org suele establecer una intensa relación off-line con los distintos medios, ya sea porque éstos van en la búsqueda de información a la plataforma, ya sea porque la plataforma trata de apoyar la difusión de peticiones con alto potencial y colabora con los peticionantes para que sean entrevistados[145].

Uno de los aspectos interesantes a señalar de la conexión con las redes sociales que ofrece Change.org, más allá de la difusión, es la posibilidad de una deliberación o intercambio de argumentos que en la plataforma en sí misma no puede tener lugar. Como afirma su responsable en Argentina: "Change.org no es un espacio para la deliberación. Ésta, si se da, es por la vía de redes sociales como Facebook, en donde se encuentran los intercambios de posturas"[146]. Los comentarios en Change.org sirven como refuerzo del argumento original ya que los usuarios pueden escribir razones para justificar su firma, pero no hay en la propia plataforma la posibilidad de expresar opiniones en contra, puesto que quien no firma una petición no está habilitado para comentar. Por otro lado, en general los políticos destinatarios no responden a través de la plataforma[147],

---

144 Entrevista con Gastón Wright (10-08-2015). Las relaciones off-line con los medios de comunicación tradicionales se profundizaron sobre todo a partir de 2014.

145 Observación participante de la reunión entre la peticionaria Natalia Luque y Change.org para llevar las firmas al Congreso y entrevista con la peticionaria (23-10-2015).

146 En la página oficial de Change.org en Facebook, se observa que hay peticiones que efectivamente generan debates, con argumentos a favor y contra, e incluso a veces descalificantes, y que los comentarios pueden ser respondidos por otros usuarios. Sin embargo no todas las peticiones se convierten en controversiales, algunas simplemente son apoyadas mediante la multiplicación de los "me gusta" o los comentarios sintéticos de "firmado", "apoyo", "mucha suerte", "compartido", "no puede esperar", "es necesario". Otras personas también comentan sus propias experiencias de vida, similares a los casos de la petición. Es interesante destacar que muchas de las peticiones exitosas ligadas a la reparación de un derecho individual, como en temas de salud, generan luego una suerte de "catarata de peticiones" de otros usuarios en la misma situación (Entrevista con Gastón Wright, 10-08-2015).

147 El único caso de respuesta de un destinatario en la propia plataforma ha sido el de Facundo Carrillo, Presidente de la Comuna N° 2 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a quien se le había dirigido una petición por el arreglo de un desagüe. El destinatario respondió inmediatamente y dejó sus datos de contactos para que los vecinos le hagan llegar sus inquietudes. Facundo Carrillo afirma haber recibido varias peticiones, a las que siempre busca responder, pero en otras ocasiones lo hizo por otros medios, principalmente las redes sociales. (Entrevista con Facundo Carrillo, 09-10-2015).

pero sí lo hacen a través de otras redes sociales como Twitter o Facebook. Los funcionarios o representantes suelen intentar vías menos públicas para contactar a los peticionantes, dando respuestas por canales tradicionales, o iniciando dinámicas de negociación para que la petición sea retirada rápidamente[148]. Pero también la plataforma puede ser "usada estratégicamente" por los actores políticos cuando éstos comprenden su alcance. En este sentido: "no es intrínsecamente anti-oficialista", como reflexionaba el responsable de Change.org en Argentina[149].

En cuanto a los actores políticos, hay peticiones que se dirigen a un conjunto de responsables o representantes, generalmente del Poder Legislativo. Tenemos, por ejemplo, el caso mencionado de Germán Montenegro, quien logró el éxito al conseguir la aprobación de una nueva Ley de Trasplantados dirigiendo su petición a la Cámara de Diputados de la Nación. También existen peticiones dirigidas al Poder Judicial nacional o local, por ejemplo la referida al caso del fiscal Alberto Nisman, dirigida a la Corte Suprema de Justicia de la Nación. Por otra parte, hay muchas peticiones que identifican un único destinatario, generalmente del Poder Ejecutivo.

Para los actores políticos, el hecho de que los ciudadanos utilicen la herramienta dirigiéndoles peticiones que pueden satisfacer en su ámbito de responsabilidad de manera sencilla (como en el poder ejecutivo local o municipal por ejemplo), puede redundar a su favor si saben reaccionar. Sin embargo, la plataforma pone en juego su reputación, no les brinda la posibilidad de justi-

148 También se han contactado con la propia plataforma para solicitar que la petición se cierre o que dejen de enviarles las notificaciones con las nuevas firmas, demostrando que Change.org ejerce sobre ellos una verdadera presión.

149 Entrevista con Gastón Wright (23-09-2015). Puede citarse el caso del show de pirotecnia cerca de ZOO de Buenos Aires, en el que los funcionarios del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, comprendieron este posible uso estratégico de la plataforma. A raíz de una petición iniciada por el grupo "Derecho Animal en Argentina", que buscaba "concientizar e informar sobre los avances del derecho animal en Argentina" el actual Jefe de Gabinete y Jefe de Gobierno electo de la Ciudad de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta, se manifestó en sus cuentas de Facebook y Twitter a favor del cuidado de los animales y anunció que el show reprobado por los peticionantes había sido cancelado.

ficarse y tiende a desordenar su planificación general y de conjunto. Así lo veía Facundo Carrillo, Presidente de la Comuna N° 2 de la Ciudad de Buenos Aires y destinatario de varias peticiones: aun considerando a Change.org como una herramienta valiosa para la ciudadanía, subrayaba que para los actores políticos constituye una suerte de "linchamiento virtual ante la impotencia del ciudadano por la falta de respuesta". Y agregaba: "Los funcionarios tienen que elegir qué va primero y quizá no es prioridad pero respondés eso primero por la presión", recordando que la plataforma no da la posibilidad de explicar todos los reclamos pendientes y cómo un funcionario responsable debe elaborar un orden de prioridades. "El pozo más grande no es el que sale en la tele, pero es el que se tapa primero porque salió en la tele. Los medios de comunicación siempre hicieron eso". Desde el punto de vista de un funcionario, "es como el que se cola en la fila…; demorás a los que están en su proceso de solución ordinaria, desviás recursos"[150].

Pero si esta es la impresión que pueden tener los actores políticos, es también porque los efectos institucionales off-line generados por Change.org son muy significativos. El responsable en Argentina destaca que un aspecto importante de su efectividad reside en que la herramienta no pretende cambiar la democracia en su totalidad ni cuestionar la relación entre representantes y representados: lo que busca es que los ciudadanos puedan ver los cambios sociales a los que aspiran presionando sobre los decisores con una herramienta más[151]. Por lo general, lo que hace Change.org es "acelerar" los procesos institucionales, muchas veces ya en curso. Esto se ve con más claridad cuando las peticiones se orientan a conseguir la aprobación de nueva legislación. Muchas veces la petición en Change.org viene a coronar una estrategia mayor que combina canales on-line y off-line. Como señala María Pazo, la ventaja de juntar apoyos en Change.org es grande porque es gratis y baja mucho los costos para

150 Entrevista con Facundo Carrillo (09-10-2015).

151 Entrevista con Gastón Wright (23-09-2015).

los ciudadanos, "pero sirve si es parte de una estrategia más integral"[152]. Lo demuestra también el caso de Germán Montenegro, que logró la aprobación de la Ley de Trasplantados, pero antes de obtener la victoria en la plataforma, había generado campañas por Facebook, se había reunido con responsables políticos provinciales, había escrito cartas a ministros, había ido a buscar a los medios de comunicación, había convocado a movilizaciones: fue un proceso de al menos dos años hasta que la petición en Change coronó la estrategia[153].

Muchas veces una coyuntura política determinada o una articulación con actores políticos puede dar un relieve tal a una petición que no alcanzaría en ausencia de estos factores: Diego Muzio ya había iniciado anteriormente la petición sobre debates presidenciales pero sin repercusión, la volvió a iniciar en 2015, en un contexto en el que podía suponer una mayor presión sobre los actores por tratarse de un año electoral y en el que ya existía un proyecto presentado para una ley de debates en la Cámara de Diputados; cuando se obtuvieron rápidamente una cantidad significativa de firmas, se reunió con los responsables de la plataforma para elaborar una estrategia de prensa[154]. Las acciones en la plataforma deben formar parte de una estrategia integral que a veces las precede y otras las sucede. Cuando la solución al problema requiere la acción conjunta de varios actores, se juntan las firmas en Change "pero después termina lo on-line y empieza lo off-line, vuelve el cara a cara en comisiones (…) lo on-line es muy bueno para el empuje pero después es todo off-line"[155]. Cuando se trata de reclamos puntuales y particulares, la respuesta puede ser más inmediata, "pero no cuando la solución requiere ser consensuada y apoyada por varias partes, como en un Poder Legislativo o entre distintos actores en un país federal"[156].

152 Entrevista con María Pazo (28-09-2015).

153 Entrevista con Germán Montenegro (29-09-2015).

154 Entrevista con Diego Muzio (24-09-2015).

155 Entrevista con María Pazo (28-09-2015).

156 Entrevista con María Pazo (28-09-2015).

Change.org se inserta en el entramado de vínculos políticos existentes. En este sentido, cabe mencionar que en algunas oportunidades los mismos agentes del Estado son quienes, "desde arriba", también se encuentran interesados en promover apoyos concretos para determinadas cuestiones junto a los ciudadanos; las peticiones pueden buscar así reforzar un proceso ya iniciado en arenas legislativas. Es por eso también que la articulación off-line con actores políticos puede significar un mayor potencial para peticiones iniciadas por los ciudadanos. Una de las acciones que impulsa la propia plataforma es la entrega de firmas a los destinatarios, para generar un acontecimiento público que aumente la visibilidad del problema: si el peticionante está de acuerdo, Change.org se ocupa de contactar a los legisladores, y a la prensa, de buscar una sala en el Congreso, de preparar los materiales que se van a utilizar (cajas conteniendo las firmas), etc[157].

Lo cierto es que el uso de la plataforma muchas veces acelera los canales institucionales ordinarios del cambio que los ciudadanos quieren ver, y otras veces puede simplemente reemplazarlos. Es el caso de los pedidos más puntuales, reclamos cuya solución requiere simplemente de una acción ejecutiva y por lo general tienen un único destinatario. Como narraba María Pazo sobre su petición para el arreglo del desagüe: "¿Podría haber ido a la comuna? Sí, pero la petición la hice en cinco minutos. Es mucho más fácil para hacer la demanda y para recibirla también"[158]. Frente a otras formas de participación on-line, los actores subrayaban que en Change.org la especificidad y la direccionalidad de la demanda contribuyen a los resultados institucionales tangibles, pero la posibilidad de ejercer presión directa sobre los decisores poniendo en juego su reputación requiere también objetivos muy precisos.

157 Observación participante de la reunión entre la peticionaria Natalia Luque y Change.org para llevar las firmas al Congreso y entrevista con la peticionaria (23-10-2015). Las firmas de Change.org no tienen validez legal, pero sí se logra un importante efecto simbólico con una suerte de performance en la que los peticionantes entregan cajas conteniendo en su interior CDs que recopilan las adhesiones obtenidas. (Entrevista con Gastón Wright, 23-09-2015).

158 Entrevista con María Pazo (28-09-2015). En opinión de la entrevistada, para el destinatario también "es más fácil leerla desde su celular que en una pila de papeles".

Hemos visto que en múltiples sentidos los vínculos entre lo que sucede en Change.org on-line y lo que sucede off-line pueden ser determinantes: la relación con los medios de comunicación tradicionales, la articulación, tanto de la propia plataforma como de los ciudadanos, con actores políticos e institucionales, la relevancia de algunos conocimientos precisos sobre normativa o sobre aspectos técnicos de la petición impulsada, etc. Sin embargo, estos universos están entrecruzados y puede ponerse en cuestión la separación tajante entre un mundo de lo on-line signado por la liviandad en los vínculos y un mundo de lo off-line caracterizado por el compromiso de "poner el cuerpo". Como afirmaba el responsable en Argentina: "En Change igual ponés el cuerpo, ponés la identidad, la historia, la foto"[159] Pero sobre todo, la plataforma se revela como un canal efectivo para producir cambios que el sistema político resiste por las vías tradicionales: "ante la falta de respuesta y lo insignificante que se puede sentir el ciudadano, Change es una herramienta que lo libera de esa impotencia; es como un grito digital"[160].

6. Conclusiones: convergencias on-line/off-line

El ámbito on-line constituye un terreno de emergencia de nuevos actores y formas de participación ciudadana; pero, como vimos a lo largo de estas páginas, no se trata de un ámbito separado de otro que existiría por fuera de la red de manera paralela, como una suerte de *second life*, virtual, frente a una *first life*, real. Los ciudadanos y los políticos contemporáneos se mueven en un solo mundo transitando distintas modalidades de comunicación, de interpelación y de transformación de la comunidad. Lo que sí resulta innegable es que los actores presentan una fisonomía novedosa: actores que no existían como tales organizados en el ámbito off-line, surgen en las redes, y luego asumen también

159 Entrevista con Gastón Wright (23-09-2015).

160 Entrevista con Facundo Carrillo (09-10-2015).

los vínculos y los caminos que el ámbito off-line les sigue exigiendo; y actores que podríamos llamar "tradicionales", organizados en asociaciones o en partidos políticos, también ven su identidad subvertida por los efectos del ámbito on-line al que deben adaptarse.

La categoría de "ciber-activismo" no llega a captar en este sentido la profundidad de los cambios: atravesando la vida cotidiana de todos, la expansión de las nuevas tecnologías de información y comunicación hacen de cada ciudadano un "ciber-activista" potencial; y al mismo tiempo, su "activismo" no es nunca solamente "ciber" en tanto aspira a producir efectos en el mundo. Se ha vuelto difícil distinguir hoy en día entre "activistas" y "ciber-activistas": los nuevos actores de la participación ciudadana son simultáneamente ambas cosas o no son.

No obstante, en este trabajo hemos explorado tres casos argentinos en los que determinados actores son efectivamente más "activos" que otros en el ámbito on-line. Dejando de lado a los hackers, Sorj (2015), distingue dos tipos de "ciber-activismo": (1) los creadores de contenidos; y (2) grupos con afinidades por fuera de la red que utilizan la red para sus propósitos. De acuerdo con las experiencias exploradas en estas páginas, sería pertinente incorporar al menos dos categorías más a la clasificación. Por un lado, (3) los creadores de plataformas y software especializados para la participación ciudadana, puesto que más que crear contenido se consagran a generar el espacio para que otros ciudadanos produzcan contenido, mostrando un rol meta-democrático; es el caso del Partido de la Red y sus diversas iniciativas, y en alguna medida también de Change.org, desde el punto de vista de los promotores de la plataforma. Por otro lado, nos encontramos con (4) activistas ocasionales que no forman parte de grupos con afinidades en el ámbito off-line. Gran parte de la masividad de la movilización #NiUnaMenos se explica por la existencia de este tipo de ciber-activistas, así como otras movilizaciones de características similares en Argentina y en el mundo. También son activistas ocasionales sin pertenencias en el ámbito off-line los ciudadanos peticionantes de Change.org. En el caso de #NiUnaMenos, sin embargo, y a diferencia de lo que ocurre en muchas de

las movilizaciones convocadas por las redes sociales, es también muy grande el peso del segundo tipo: muchas agrupaciones políticas, sindicales, asociaciones civiles, colectivos feministas, personalidades del ámbito de los medios de comunicación y del espectáculo se movilizaron on-line y off-line visibilizando organizaciones y acciones que existían previamente.

Uno de los elementos que resulta imprescindible considerar para capturar la transformación de las formas de participación ciudadana es la posibilidad de abandonar la categoría de "movimientos sociales" para describir estas experiencias. Como afirma B. Sorj (2015) la propia noción de "movimiento social" pierde contornos claros y son confusas sus relaciones con las organizaciones formales. Las movilizaciones contemporáneas no hacen coincidir la identidad continua de los actores con su expresión en el espacio público: algunos actores se crean en público, y son actores-acontecimiento que sólo existen en público; y los otros, que pueden tener una existencia estable y organizada alrededor de una causa puntual ven su identidad modificada cuando intervienen en el espacio público. Si los movimientos sociales eran pensados como asociaciones en torno a determinadas causas cuyas acciones se desplegaban en la duración y su mensaje estaba orientado de acuerdo a la estrategia deliberada de sus miembros, los "movimientos ciudadanos" de nuestros días no son solamente más efímeros sino que no surgen como actores organizados y tampoco son –ni logran ni pretenden ser- los "organizadores" de las acciones que emprenden.

La experiencia de #NiUnaMenos ilumina este aspecto y muestra también sus límites: las periodistas que lanzaron la convocatoria se encontraron por primera vez varias de ellas a raíz de la propia convocatoria, y tampoco pudieron ser las "organizadoras" en sentido estricto de la movilización, no podían ser dueñas de las significaciones que tomara, no podían controlar "quién se sacaba la foto" con el cartel de la consigna; fueron sus impulsoras, pero luego, como enfatizaban, "echó a rodar". Sin embargo, la experiencia mostró también que tuvieron que asumir un rol de responsabilidad con lo que comenzó a surgir, contactar a actores políticos, definir los detalles del acto y de la seguridad de

la movilización, entre otras cosas. En todo caso, esta y la mayoría de las movilizaciones similares que tienen lugar en el presente apelan como principio de legitimidad a la "espontaneidad", de allí la centralidad de la figura de los "auto-convocados". Pensar estas formas de participación como "movimientos ciudadanos" -tanto las que sólo duran el estallido de una movilización, como las que luego perduran continuando acciones ligadas al primer estallido- pone de relieve la fluidez de los actores contemporáneos, en las que las múltiples pertenencias de los individuos y sus identidades entrecruzadas hacen prevalecer la figura del "ciudadano" por sobre cualquier grupo consolidado en lo "social".

Pero en este trabajo no hemos abordado de manera exclusiva las nuevas movilizaciones surgidas de la red, que son probablemente las que más han llamado la atención de los investigadores por su fuerte impacto público. Otras experiencias como las del Partido de la Red o la de Change.org llaman la atención sobre un aspecto del que es preciso también tomar cuenta para interpretar las formas contemporáneas de participación ciudadana: el ámbito on-line no permite sólo la expresión de voces de rechazo hacia situaciones o políticas, sino también la experimentación y puesta en escena, aún sin definir el contenido o el rumbo, de *otra democracia*. Los rasgos "meta-democráticos" de estas experiencias y de otras, incluyendo las prácticas originales e innovadoras que desarrollan en el espacio público los ciudadanos reunidos en asambleas para interactuar y tomar decisiones (los *Indignados* de España o los movimientos *Occupy* son buenos ejemplos), requieren un esfuerzo de precisión y conceptualización todavía pendiente.

Movilizaciones nacidas *de las redes* y plataformas *en las redes* comparten más allá de sus especificidades varias características que podemos sintetizar aquí:

A). *El desdibujamiento de la frontera entre lo público y lo íntimo*, que pone a las *historias* en el centro de la escena. Las experiencias analizadas muestran la importancia de las historias singulares, la narración de las vivencias, y la visibilización de la intimidad de los actores en sus varias formas. En Twitter es necesario que "hable una voz personal" y no una organización para movilizar, como

recordaba una de las participantes de #NiUnaMenos. Lo mismo se veía con respecto a las peticiones iniciadas en Change.org cuyo potencial de movilizar estaba dado por el relato de una historia con la que se pudieran identificar otros ciudadanos activando la empatía. También los actores políticos mostraron sus fotos personales con la consigna #NiUnaMenos en las redes, pero lo más destacado fue que estuvieron en primer plano los testimonios e historias singulares de sobrevivientes y familiares de víctimas. Los nombres de pila de las víctimas de femicidio se transformaron así en símbolos de una problemática social y en los hitos del proceso de elaboración de un nuevo lente para comprender dicha problemática. Desde el Partido de la Red se puede observar otra de las formas en las que se borra la frontera entre lo íntimo y lo público: su propuesta de llevar las tecnologías a la política buscan no banalizar pero sí cotidianizar la actividad propiamente ciudadana, sin prejuicios contra la posibilidad de discutir un proyecto de ley mientras se comparte en las redes una foto familiar, o de votar para decidir una acción colectiva mientras se realiza un actividad cotidiana en un ámbito privado.

B). *La negatividad (matizada)*. Muchas de las movilizaciones nacidas de la red y de los "movimientos ciudadanos" presentan un fuerte rasgo de negatividad: no porque sean indiferentes a los cambios deseados o porque todas sus consignas o motivaciones sean negativas, sino porque la heterogeneidad de actores y demandas suelen poder reunirse sólo en el rechazo. Los "No!" o los "Basta!" son las consignas que predominan en experiencias en las que, por los contornos borrosos que las signan, y como señala Sorj (2015), se concentran más en lo que no se desea que en lo programático. En la experiencia de #NiUnaMenos, si bien las impulsoras buscaron orientar el sentido de la movilización y establecieron un acuerdo de cinco puntos de políticas públicas positivas, fue el "basta de femicidios" lo que pudo reunir en la plaza del Congreso a quienes repudiaban las muertes de las adolescentes vistos como otros tantos casos de inseguridad con quienes veían en los femicidios el último eslabón posible de

una cadena de violencias machistas en la que las mujeres eran tenidas por objeto de los varones y cuyo repudio implicaba tanto rechazar el acoso callejero como defender el derecho al aborto y la autonomía sobre el propio cuerpo. Sin embargo, ésta fue precisamente una de las movilizaciones excepcionales si se las compara con otras contemporáneas ya que la negatividad no desactivó la agenda positiva ni nubló la claridad sobre las políticas públicas que debían ponerse en marcha. En este sentido es preciso matizar la caracterización centrada en la negatividad, como también lo es en las experiencias del Partido de la Red (experimentos como el de Demos muestra que los ciudadanos realizan comentarios para mejorar los proyectos en lugar de expresar simplemente rechazos) y en Change.org (aunque la indignación sea el motor de la acción, el uso predominante de la plataforma no es para impedir, vetar, rechazar o eliminar, sino para proponer, legislar y reclamar por derechos lesionados).

C). *La representación como problema*. En los casos analizados puede observarse que la representación resulta problemática. Lo que sobresale, como lo señalara Sorj (2015) es la desaparición de la categoría de líderes en el ciber-espacio. El Partido de la Red muestra una de sus posibilidades: la propuesta de una representación totalmente transparente que es equivalente a la desaparición de la representación. En el caso de Change.org, nuevamente, son los "ciudadanos comunes" y no los representantes políticos o de organizaciones sociales los protagonistas. Los representantes en todo caso, objeto de desconfianza, son los blancos de la puesta en cuestión permanente de su reputación pública. En el caso de #NiUnaMenos, aunque pueda entenderse, al igual que otras movilizaciones similares, como un movimiento "sin líderes", lo cierto es que emerge con las periodistas impulsoras una suerte de liderazgo social. Los comunicadores sociales, en los diversos formatos, llenan, en efecto, en el presente una de las figuras de las "formas de representación no-electoral" que atrae la atención de los teóricos políticos crecientemente (Annunziata, 2015). "Representantes no electorales" ni formales son muchas veces también los ciudadanos que asumen

el camino de movilizarse por distintos medios para transformar una realidad que los trasciende, como algunos peticionarios en Change.org. A veces detentar algún capital de liderazgo social puede traducirse en un nuevo liderazgo on-line; otras veces liderazgos que nacen on-line construyen luego reconocimiento social. La representación en estas formas de participación es un problema, existe en la tensión entre su expansión y pluralización y el riesgo que implica la informalidad de los vínculos para la rendición de cuentas. Hay también otro riesgo que señalar. Como advierte J. Wedes, uno de los participantes y voceros de OWS: "Negar que el liderazgo existe en un grupo es simplemente negarse a reconocer su existencia real, y el beneficio de esta negación siempre se acumula a los que ya tienen poder en la sociedad y no tienen que pedir permiso para cederlo." (Wedes, 2015: 245).

D). *La relevancia del conocimiento*. En conexión con lo anterior, puede constatarse en las experiencias observadas cómo pesa la dimensión cognitiva en la aparición de liderazgos y en el logro de los efectos buscados. El ámbito on-line puede parecer a simple vista como un mundo sin élites, pero los casos que hemos repasado aquí permiten constatar como el conocimiento -técnico, experto, científico, tecnológico, legal o profesional- hace la diferencia. El manejo de las técnicas de comunicación y publicidad, de la elaboración de consignas, de diseño de una campaña, fue un elemento destacado por las impulsoras de #NiUnaMenos como capital clave para el éxito de la convocatoria. En Change.org, no es necesario disponer de conocimientos técnicos o legales para iniciar una petición; pero si la misma se viraliza la plataforma interviene en la información para identificar responsables directos, políticas en marcha, proyectos que esperan en las legislaturas a ser tratados, etc. Algunos de los peticionantes, si no eran "expertos" en el tema cuando lanzaron la petición, van adquiriendo en todo caso la *expertise* en el camino. En el Partido de la Red la relevancia de los liderazgos del conocimiento se cristaliza sobre todo en los vínculos entre sus miembros y en sus modos de organización interna. Todo esto no invalida

la importancia de otro tipo de saber cuyo rol es fundamental, en sintonía con el papel que adquieren las historias singulares como señalamos más arriba: el "saber de la experiencia", y su caso límite, el "saber de víctima". En todo caso, el conocimiento como capital se revela como uno de los factores del ámbito de lo off-line que pueden impactar fuertemente en las acciones on-line.

E). *Los variados vínculos entre lo on-line y lo off-line*. Decíamos que el conocimiento funciona muchas veces como un capital que puede pesar en los resultados. Pero éste es sólo uno de los múltiples vínculos que se establecen en las experiencias analizadas entre lo on-line y lo off-line. La necesidad de articulación con actores políticos es otro fundamental: aparece en #NiUnaMenos, en el Partido de la Red (particularmente en Demos) y en Change.org. La agenda de contactos de las periodistas, por ejemplo, les permite reunirse con los representantes de las distintas fuerzas políticas y exigirles un compromiso con la causa. La capacidad de movilización de un partido de izquierda con mínima representación en la legislatura le permite poner en primer lugar el proyecto que defienden en una votación on-line. La articulación con diputados o senadores que han presentado proyectos de ley aumenta mucho las probabilidades de victoria de una petición en Change.org. Los ejemplos podrían ser muchos más; lo innegable es que ninguna iniciativa puramente on-line -que no establece conexiones con actores políticos off-line- parece tener chances de prosperar. Otro actor con el que la interacción resulta inevitable son los medios de comunicación tradicionales: potenciando, parasitando u obstruyendo lo que sucede on-line, siempre intervienen en los procesos de participación ciudadana que hemos descripto. Y no se puede dejar de mencionar uno de los factores off-line que más condicionan las potencialidades del ámbito on-line para la participación ciudadana: la injusta distribución del acceso a las nuevas tecnologías que, sin ser la más grave de la región, subsiste todavía en Argentina. Las políticas públicas para disminuir la llamada "brecha digital" y lograr un acceso homogéneo en todo el territorio y en todos los sectores sociales, son fundamentales en este sentido, y

aunque muchos esfuerzos se realicen actualmente, aún no podemos afirmar que las nuevas tecnologías representen iguales oportunidades para todos los ciudadanos de hacer oír su voz (Breuer y Welp, 2014). Hay quienes habitan la intersección del mundo on-line con el mundo off-line como si fueran un mismo mundo, pero hay también quienes habitan solamente en uno de ellos. Por eso, coincidimos con M. Bianchi cuando recomienda evitar "...caer en la ingenuidad del ciber-utopismo. El mundo *online* reproduce y hasta exacerba la distribución de recursos de poder, culturales e infraestructurales preexistentes en el mundo *offline*". (Bianchi, 2015: 118). Pero sería muy simplificador, y así lo demuestran las experiencias que analizamos, reducir el tipo de vínculo que puede existir entre lo on-line y lo off-line a los límites o condicionamientos que impone el segundo sobre el primero. En algunos casos lo off-line es el *límite* de lo on-line; en otros lo off-line va en *apoyo* de lo on-line; en otros lo on-line lograr mover el universo off-line e incluso derribar algunos condicionamientos, de modo que el primero se vuelve *reconfiguración* del segundo; en otros también lo on-line es *fuente* de lo off-line, de noticias, acontecimientos, actores. Y muchas veces, cuando la participación ciudadana es exitosa, lo que la explica es que se haya producido una *potenciación mutua* entre lo on-line y lo off-line. Los nuevos actores de la participación ciudadana son producto de una convergencia entre ambos universos. Después de un primer momento de entusiasmo utópico con el potencial de las nuevas tecnologías de información y comunicación se ha podido constatar que por sí solas estas son limitadas; pero no es menos cierto que sola la acción de los actores organizados más tradicionales es insuficiente e invisible si aspira a producir efectos en el mundo contemporáneo ignorando el ámbito on-line. Es en la *convergencia* donde nacen y crecen hoy en día los nuevos actores de la participación.

7. Bibliografía y fuentes citadas

Annunziata, R. (2015): "Sobre las formas no electorales de representación", Actas del 12 Congreso de la Sociedad Argentina de Análisis Político (SAAP), Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 12-15 de agosto de 2015.

Annunziata, R. (2013): "Una propuesta de clasificación de los dispositivos participativos en Argentina", en *Revista PostData. Revista de Reflexión y Análisis Político*, vol. 18, n°2, octubre.

Bianchi, M. (2015): "Desigualdades en América Latina en la era digital", en Bianchi, M. y Mancini, P. (coord.): *Qué democracia para el Siglo XXI*, Fundación Avina y Open Society Foundation, Democracia en Red, Asuntos del Sur.

Breuer, A. y Welp, Y. (2014): *Digital Technologies for Democratic Governance in Latin America: Opportunities and Risks*, UK: Routledge.

Calvo, E. (2015): *Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman*, Buenos Aires, Capital Intelectual.

ComScore (2014): "Futuro Digital Argentina 2014. El Repaso del año digital y qué viene para el año que sigue".

Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (2015): "Informe preliminar sobre indicadores básicos de acceso y uso. Resultados de mayo-julio de 2015", ENTIC, INDEC, octubre de 2015.

Frizzera, A. (2013): "Por qué votar al Partido de la Red", en *Bastión Digital*, 23/10/13.

Gómez Vidal, A. (2015): "#NiUnaMenos: unidas y retuiteadas", en *Bastión Digital*, 13/11/2015.

INDEC (2014): "Accesos a internet. Tercer trimestre 2014", Instituto Nacional de Estadística y Censos, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, Buenos Aires, 16/12/2014.

Latinobarómetro (2015): "Informe 1995-2015", Santiago de Chile.

Observatorio de Internet en Argentina (2015): "¿Qué hacemos, en internet, en Argentina?", disponible en: http://inter.net.ar/home#!que-hacemos.

La vaca.org (2015): Dossier "Ni Una Menos", en *Revista Mu*, nº 89, Año 9, junio, Buenos Aires.

Rodríguez, P. (2015): *#NiUnaMenos*, Buenos Aires: Planeta.

Siri, S. (2015): *Hacktivismo*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana.

Sorj, B. (2015): "On-line/off-line: la nueva onda de la sociedad civil y la transformación de la esfera pública", en Sorj, B. y Fausto, S. (org.): *Internet y movilizaciones sociales: transformaciones del espacio público y de la sociedad civil*, Ediciones Plataforma Democrática, Fundación IFHC, Centro Edelstein.

Wedes, J. (2015): "Tiranía del antiliderazgo", en Bianchi, M. y Mancini, P. (coord.): *Qué democracia para el Siglo XXI*, Fundación Avina y Open Society Foundation, Democracia en Red, Asuntos del Sur.

Zírpolo, S. (2013): "Partido de la Red: Los hackers de la política", en *Revista Brando*, 29/07/13.

Entrevistas realizadas para #NiUnaMenos: Hinde Pomeraniec (Periodista de medios nacionales, una de las impulsoras de la movilización en las redes sociales, 18/08/2015); Claudia Acuña (Periodista alternativa, dirigente de organización popular y participante activa de la movilización, 19/08/2015); Paula Rodríguez (Periodista alternativa, autora de un libro sobre #Niunamenos, 14/09/2015); Micaela Libson (Académica y periodista alternativa, una de las impulsoras de la movilización, 17/09/2015); Cecilia Mancuso (Dirigente de la organización feminista de izquierda Pan y Rosas, participante de la movilización, 27/10/2015); Observación participante en la presentación del libro #NiUnaMenos de Paula Rodríguez (con la participación de periodistas impulsoras y familiares de víctimas de femicidios, 11/11/2015).

Entrevistas realizadas para el Partido de la Red: Agustín Frizzera y Ana Lis Rodríguez Nardelli (Dirigentes del Partido de la Red, y de la Fundación Democracia en Red, responsables de los Nodos "Plataforma" y "Academia" respectivamente, 04/08/2015); Observación participante de una Asamblea Territorial, barrios de Belgrano y Núñez y entrevista con el coordinador, Enrique Elvas (Dirigente territorial del Partido de la Red, 22/08/2015); Inti Bonomo (Dirigente del Partido de la Red, responsable del Nodo Territorio, 31/08/2015); Felipe Muñoz (Dirigente del Partido de la Red, coordinador de las experiencias Demos y Qué Proponen, 21/09/2015); Maximiliano Ferraro (Diputado de la Ciudad Autónoma de Bueno Aires, Vicepresidente 3ro de la Legislatura, integrante del bloque CCARI-ECO y participante de la iniciativa Demos, 22/09/2015).

Entrevistas realizadas para Change.org: Gastón Wright (Director de Change.org en Argentina, 10/08/2015); Gastón Wright- segunda parte (23/09/2015); Diego Muzio (Peticionario que inició la petición por los Debates Presidenciales, politólogo, 24/09/2015); María Pazo (Peticionaria que inició una petición sobre limpieza de desagües en su esquina, y asesora legislativa en el Congreso Nacional, 28/09/2015); Germán Montenegro (Peticionario que inició la petición sobre la Ley de Trasplantados, Corrientes, 29/09/2015);

Facundo Carrillo (Presidente de la Comuna 2, CABA, destinatario de la petición de la María Pazo, único destinatario que respondió en la propia plataforma; 09/10/2015); Observación participante de la reunión entre la peticionaria Natalia Luque (quien inició la petición por la Boleta Electrónica, ciudadana común) y Change.org para llevar las firmas al Congreso y entrevista con la peticionaria (23/10/2015).

Brasil

Rodrigo Savazoni
Kalinca Copello[1]

1. Introducción

2. Avaaz y las movilizaciones online

3. Junios y los medios masivos: la “mídia ninja”

4. El marco civil de internet

5. Consideraciones finales

6. Bibliografía y fuentes citadas

1 Rodrigo Savazoni es Coordinador del proyecto Tecnologías e Alternativas, de Promoción de la Innovación Ciudadana y la Cultura Digital. Kalinca Copello es investigadora en el área de participación, democracia y tecnología.

1. Introducción

Partiendo del escenario internacional para considerar las particularidades brasileñas, el trabajo aborda las transformaciones en la sociedad civil y en la esfera pública en el Brasil, observadas a partir de la modulación online/offline, considerando a dichas dimensiones como capas (*layers*) superpuestas, aunque no en oposición, sino en un *continuum* que delimita el ambiente social actual. Un ambiente en el cual Internet y lo digital reorganizan los vínculos entre los actores públicos y se rebelan contra las formas tradicionales de manifestarse y gobernar.

Durante la primera década del presente siglo, las NTIC y el acceso a la red mundial de computadores se masificaron en Brasil. En el año 2000, el país contaba con cerca de 10 millones de computadores en uso. Hacia 2013, ese número se incrementó a 119 millones, cifra equivalente a casi 3 microcomputadores cada 4 habitantes, siendo que el número de tablets era de 24 millones, de acuerdo a una investigación de la Fundación Getúlio Vargas.[2] El año 2015 fue el primero en el que el número de *smartphones* superó al de computadores en Brasil, ambos con una distribución del 75% per cápita. La investigación indica también que el número de dispositivos conectables a Internet en el país es de 306 millones; es decir, 3 dispositivos por cada 2 habitantes. La previsión es de que en el bienio 2017/2018, Brasil alcance la marca de un computador por habitante, lo cual no habrá de significar que la cobertura será universal, en razón de que muchas personas poseerán más de un computador. En lo referente a la conexión a la red mundial de computadores, los datos también son contundentes. El número de ciudadanos usuarios residenciales de Internet en el año 2002 era de 7,5 millones, cifra que en diez años se incrementó a 85,6 millones de personas en 2013.[3] Otros relevamientos toman nota del hecho de que ese número bien

2 Fuente: "eaesp.fgvsp.br/sites/eaesp.fgvsp.br/files/arquivos/pesqti-gvcia2015noticias.docx" Revisado el 7 ago. 2015.

3 Fuente: IBGE (http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2013/default.shtm) Revisado el 7 ago. 2015.

podría haber superado ya la marca de 100 millones de usuarios, lo que determinaría que más de la mitad de la población brasileña estaría conectada.

Si hacia principios de siglo las redes sociales no formaban parte aún del menú habitual de los internautas, actualmente se constituyen en las aplicaciones más utilizadas por los usuarios. Es interesante notar que la experiencia de uso de redes sociales es pionera en Brasil, y que a partir de 2004, año en que Google creó y popularizó el ya extinto Orkut, se experimentó un fuerte movimiento de adhesión a este tipo de portales. Cinco años después, Orkut se vería desbancado por Facebook, coexistiendo ambos sitios durante unos pocos años. En el año 2014, Google declaró el cese de actividades de Orkut, por estrategia de derivar toda su base de usuarios a la aplicación Google +.

El final de Orkut abrió espacio para la consolidación definitiva de la hegemonía global de Facebook, que en 2015 alcanzó la marca de 1.400 millones de perfiles activos en el mundo. En Brasil, la proyección apunta a que el número de perfiles sea de 74,8 millones en 2015, de acuerdo con lo publicado por el portal de datos Statista (www.statista.com). Podría decirse, en consecuencia, que Facebook alcanza a 3 de cada 4 internautas en el país. No es en vano entonces que gran parte del debate político en Internet se realice dentro del marco de esta plataforma, y Facebook es intensamente utilizado por los nuevos movimientos políticos, tanto para convocatorias a campañas como para la disputa por relatos comunicacionales. No obstante, otro fenómeno merece un comentario adicional: la creciente penetración de Whatsapp, aplicación de conversación para *smartphones* que, de acuerdo con Statista, ya estaba presente en el 56% de los dispositivos móviles brasileños en 2014

Desde el punto de vista de la sociedad civil, corresponde retomar aquí la formulación del sociólogo Sergio Amadeu da Silveira, de la Universidad Federal do ABC. En su artículo *Novas Dimensões da Política: protocolos e códigos na esfera pública interconectada* (Nuevas Dimensiones de la Política: protocolos y códigos en la esfera pública interconectada), Silveira desarrolla una lectura del activismo contemporáneo, que surge o se transforma a partir de la popularización de

Internet. Silveira distingue las luchas "en la red" (1) de las luchas "de la red" (2). La primera forma de disputa política (1) utiliza la red como arena: espacio de batalla. Se trata de la continuidad de las luchas preexistentes (como la lucha por la reforma agraria, o el feminismo), traspuestas a este nuevo espacio. Las luchas de la red (2), por su parte, son aquellas que establecen disputas en defensa del entorno innovador de Internet, cuyos protocolos de comando y control, creados por los hackers, encuentran su esencia en la navegación anónima y en la libertad.

Otro aspecto que merece ser destacado es que Silveira no hace distinción entre la realidad brasileña y la internacional, toda vez que Internet haría propicia, en los términos propuestos por Lins Ribeiro (2000), una comunidad transnacional imaginario-virtual.

> "Pero los miembros de la comunidad virtual internacional, como hijos de la globalización y de la era informática, se ven a sí mismos generando un nuevo mundo, una situación posibilitada por la alta tecnología en la cual el acceso a la red se transforma, al mismo tiempo, en una especie de liberación posmoderna y en el experimento de un nuevo medio democrático que capacita a las personas para inundar el sistema mundial con información para el control de los abusos de los poderosos." (RIBEIRO, 2000, p. 184)

Esta nueva sociedad civil global, a través de su brazo brasileño, ya ejecutaba acciones pioneras de uso intensivo de Internet a principios de la década de 2000, incluso habiendo formado parte del desarrollo de herramientas de colaboración propias, como el portal del CMI, "Centro de Mídia Independente" (Centro de Medios Independientes), o de la "Ciranda de Informação Independente" (Ronda de Información Independiente), surgidas en el marco del Foro Social Mundial, con el fin de articular la acción de diferentes agrupaciones de activismo digital. Como veremos más adelante, existe una fuerte conexión entre la visión política estructurada en ese período y la acción de movimientos como el

"Passe Livre", una de las fuerzas motrices responsables de la articulación de las protestas de junio de 2013.

Analizando el proceso electoral, no existen registros en Brasil de un fenómeno semejante al de Barack Obama en los Estados Unidos. Aún así, es necesario destacar el reconocimiento de la importancia de Internet por parte de los principales líderes políticos nacionales. En un artículo publicado en 2011, con el título de *O papel da oposição* (El papel de la oposición), el expresidente Fernando Henrique Cardoso alertaba sobre la importancia del ciudadano que, aún sin participación en el juego político partidario, actuaba a través de Internet y de las redes sociales. El escrito mencionaba que un programa de oposición debería dedicar sus mensajes justamente a dichos actores, lo cual, como podemos ver, demostró ser acertado, considerando la segunda parte de las protestas de junio y los enormes levantamientos cívicos que marcan el inicio del segundo mandato de la presidente Dilma Rousseff.

La exsenadora Marina Silva, por su parte, intentaría, en sus dos candidaturas a presidente, aproximarse a un modelo de movilización/convocatoria orientado al compromiso de ese ciudadano interconectado, habiendo gozado de cierto grado de éxito. Después de obtener el tercer lugar en los comicios de 2010, en los que obtuvo cerca de 20 millones de votos, la exsenadora del Estado de Acre comenzaría el proceso de construcción de un nuevo partido, llamado "REDE Sustentabilidade" (RED Sustentabilidad), incorporando en su propio nombre la idea de interconexión entre los ciudadanos.

En el caso del expresidente Lula, podemos destacar acciones desarrolladas durante sus gobiernos orientadas a las políticas de promoción de la inclusión digital, como los Telecentros y los programas de abaratamiento de computadores ("Computador para Todos"), que impulsaron el acceso de la población de más bajos ingresos, y la fuerte defensa del uso de software libre –aspectos que se abandonaron por completo a partir del primer gobierno de Dilma Rousseff–. También corresponde citar el fomento del uso creativo y cultural de Internet por parte del Ministerio de Cultura, a cargo de Gilberto Gil y Juca Fe-

rreira, que promovieron en el país la idea de una cultura digital y desarrollaron importantes políticas públicas orientadas a la producción cultural digital, destacándose la "Ação Cultura Digital" (Campaña Cultura Digital) en los "Pontos de Cultura" (Centros Culturales). Se trató de una experiencia pionera de relación estado-sociedad en el país, en la cual el objetivo fue el de estimular la autonomía de los agentes involucrados, dotando de recursos tecnológicos y dinerarios a organizaciones culturales sin fines de lucro. La iniciativa sufrió innumerables fallas de índole administrativa (muchas en razón de la ausencia de legislación específica sobre el fomento de esta clase de actores culturales), y de intentos de cooptación orquestados por los propios administradores del programa.

Aún así, queda como legado del período de Lula la contribución del poder público a la articulación de un nuevo campo para actores fundamentales en torno de lo digital, en las experiencias como la de "Overmundo", del "Circuito Fora do Eixo", de la red de "Pontos de Cultura", y de la cultura digital. Actores estos que están bajo el foco del presente estudio, cuyo énfasis se coloca sobre tres casos complementarios entre sí para la comprensión de las transformaciones en la esfera pública y en la sociedad civil: la plataforma de movilización online Avaaz, las protestas de 2013 observando el rol de la "Mídia NINJA" (Relatos Independientes, Periodismo y Acción), y el Marco Civil de Internet.

Para la construcción de estos estudios de caso sobre fenómenos contemporáneos, todos ellos en curso y con incidencia directa en la actual coyuntura, fueron utilizados métodos complementarios de recolección de datos: relevamiento bibliográfico, observación y entrevistas informales y semiestructuradas con miembros de la "Mídia NINJA" y directivos de Avaaz.

2. Avaaz y las movilizaciones online

El día 2 de agosto de 2015, un correo electrónico firmado por Ricken Patel, coordinador de campañas de Avaaz, llegó a la bandeja de entradas de los suscriptos a la plataforma de activismo. El título del mensaje era diferente

a los que recibimos habitualmente, que se refieren a causas tan diversas como la ayuda a los refugiados sirios o a la aprobación de determinadas leyes de defensa de los derechos humanos. El título era un pedido de ayuda: "Necesitamos reconstruir Avaaz". Fundada en 2007, en los Estados Unidos, Avaaz se presentó como una comunidad de movilización online, con la misión de llevar la "voz de la sociedad civil a la política global".[4] Con presencia en más de 110 países y con una plataforma online disponible en más de 18 idiomas, la comunidad de Avaaz creció exponencialmente, contando en la actualidad con más de 42 millones de miembros (también llamados "Avaazers") en todo el mundo. Se considera miembro de la comunidad de Avaaz a cualquier persona que suscriba una petición y acepte recibir información sobre las campañas en curso.

La ayuda solicitada por Patel era justamente para mantener esa enorme plataforma activa, dado que en razón de su crecimiento, la arquitectura tecnológica que la sostiene comenzó a debilitarse. "Tengo una noticia difícil. La tecnología que permite que cada uno de nosotros participe en campañas de esperanza y transformación social –espina dorsal de nuestra comunidad– se ha vuelto inestable." La organización comenzó entonces a pedir donaciones de sus colaboradores para contratar a un nuevo equipo de ingenieros (para sumarse al constituido por 17 profesionales que continúa ocupándose de las actuales herramientas) y reconstruir completamente su infraestructura de participación. La meta, según el coordinador de campañas, era la de aprovechar la "oportunidad para desarrollar la mejor tecnología de activismo social que el mundo haya visto".

Las campañas de recolección de firmas para apoyar las más diversas causas cuentan con una larga tradición en la vida política. Con mesas en las calles o yendo de puerta en puerta, estas campañas determinan una oportunidad de contacto entre los militantes de las causas y el público en general. Internet facilitó enormemente tanto la difusión de las causas como la recolección de firmas, modificando también los parámetros de contacto social e intercambio

4 Avaaz.org, 2015.

de ideas que permitían los modos tradicionales de estas campañas. En Internet existen varios portales que ponen a disposición mecanismos que permiten, a quien quisiera hacerlo, comenzar una campaña de apoyo a una causa.[5] Cuando surgió Avaaz, otros portales de movilización online reclutaban redes integradas por millones de usuarios, pero ninguna de ellas alcanzó su tamaño, lo cual determina que Avaaz sea actualmente posiblemente la más importante organización global con foco en este tipo de acciones. Un aspecto importante que vale resaltar es el hecho de que Avaaz transformó la realización de campañas online en una identidad institucional, a la cual estarían asociados millones de miembros.[6]

Su modo de funcionamiento es muy sencillo. A partir de la recolección de firmas, en la cual el firmante provee su dirección de correo electrónico, Avaaz construye una base de datos que, en realidad, constituye el corazón de la institución, ya que a partir de ella, entra en contacto con sus miembros, generalmente para informarles acerca de una nueva petición o campaña. De esta manera consigue obtener resultados significativos, como veremos más adelante, con la descripción de algunos casos. Otro aspecto esencial de Avaaz es su modelo de financiamiento. Avaaz se asume como una organización sin fines de lucro, financiada por donaciones de miembros y no miembros, negándose a aceptar recursos financieros de parte de gobiernos o de empresas privadas.

5 Existen numerosos portales similares, la mayoría trabajando a nivel nacional. En el caso brasileño, por ejemplo, https://www.change.org/, que es analizado en el estudio de caso argentino, se aboca a campañas relativas a temas locales.

6 Fueron encontrados pocos datos y trabajos académicos enfocados en Avaaz. Entre los textos utilizados puede citarse el de Anastasia Kavada, "Collective action and the social web: Comparing the architecture of Avaaz.org and Openesf.net", en Communicative approaches to politics and ethics in Europe, editado por Nico Carpentier, Pille Pruulmann-Vengerfeldt, Richard Kilborn, Tobias Olsson, Hannu Nieminen, Ebba Sundin, Kaarle Nordenstreng, Tartu University Press, 2009. http://homepages.vub.ac.be/~ncarpent/suso/reco_book5.pdf#page=130 , 2998. Entre los producidos en Brasil: João Guilherme Bastos dos Santos, "Tecnologias da comunicação, interação e ação política transnacional na Avaaz." Disertación (Máster en Comunicación) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2015; y Aline Jacques de Farias Costa, "O Avaaz como ferramenta de mediação das causas sociais na rede", monografía del curso de Comunicación Social de la Universidade de Brasília, 2014;

Parte del dinero recaudado se destina a financiar al propio equipo de Avaaz, tanto al de su sede en Estados Unidos como a los pequeños equipos locales de activistas en determinados países.[7] El presupuesto de Avaaz en 2013 alcanzó los 11,5 millones de dólares.[8] En el portal de Avaaz se encuentran disponibles perfiles cortos sobre algunos de los miembros de la comunidad Avaaz en el mundo. Sin embargo, no existe información sobre el equipo de Avaaz en los Estados Unidos y en otros lugares.

Como indica Anastasia Kavada,[9] Avaaz muestra un equilibrio complejo y no siempre transparente, asumiendo a veces las características propias de una organización tradicional, en la cual un núcleo duro controla los instrumentos básicos de la organización (incluyendo a los recursos financieros, visuales y el mecanismo de sus portales), brindando una apertura a la participación de sus miembros, que proponen temas para campañas y postean comentarios en el perfil de Avaaz en Facebook. Avaaz también posee un canal en Youtube, en el cual comparte videos producidos por sus activistas.[10]

Las prioridades anuales de Avaaz se definen luego de una consulta a sus miembros.[11] Hasta el año 2012, el equipo de Avaaz era el responsable de la definición de todas las campañas de la comunidad[12]. En setiembre de ese mismo año agregó a su portal una herramienta que le permitía al público en general

7 A pesar de ello, Avaaz no posee equipos exclusivos financiados por la organización en todos los países en los que lleva adelante campañas. Avaaz se respalda mucho en la colaboración de voluntarios locales.

8 Kavada, op.cit. http://www.avaaz.org/po/avaaz_expenses_and_financial_information/

9 http://homepages.vub.ac.be/~ncarpent/suso/reco_book5.pdf#page=130

10 https://www.youtube.com/user/AvaazOrg

11 Del portal de Avaaz (mayo de 2015): " Cada año, Avaaz determina sus prioridades a través de encuestas a todos sus miembros. Asimismo, sugerencias o ideas sobre posibles temas de campañas son objeto de consultas y tests semanales dirigidos a una muestra de 10.000 miembros escogidos al azar. Sólo se llevan adelante aquellas iniciativas que evidencian una participación elevada de nuestros miembros."

12 Algunas de ellas sugeridas por miembros de la comunidad o por el público en general.

crear sus propias campañas ("Peticiones de la Comunidad"). Las peticiones y campañas siempre hacen foco en lo "entregable", como por ejemplo, entregar una petición con todas las firmas necesarias a un miembro del congreso. El criterio aplicado por Avaaz para promover o excluir campañas propuestas por sus miembros genera habitualmente cuestionamientos por parte de su red. Estos cuestionamientos alcanzan particular relevancia cuando se analiza la exclusión de algunas campañas propuestas por miembros en el portal de Avaaz. Algunos de estos casos ocurrieron ante propuestas en el plano internacional[13]. En Brasil, puede destacarse el caso de la campaña en pro del *impeachment* de la Presidente Dilma Rousseff.

En 2013, un miembro de Avaaz creó una petición proponiendo recolectar firmas por el *impeachment* de la presidente. La dirección de la organización decidió cancelarla, alegando que después de realizar una consulta entre sus miembros, la mayoría se había decidido por la exclusión de la propuesta.[14] En 2014, fue creada una nueva petición con la misma finalidad, la cual a pesar de presentar una redacción desprolija y mal argumentada, contó con un alto grado de adhesión y llegó a hacerse con la firma de casi dos millones de suscriptores.[15] Avaaz, una vez más, consultó a sus miembros respecto de la acción a ser tomada –excluir o mantener la petición–, y esta vez el resultado de la encuesta fue diferente a la anterior ocasión:

> "... los resultados preliminares demuestran que la mayoría de los miembros no apoyan la petición, pero también considera que la misma no debe ser excluida. Dicha decisión es coincidente con el histórico de nuestra comunidad, que siempre ha apoyado la discusión de asuntos controversiales y el brindar un espacio

13 Como en el caso del posicionamiento frente a la crisis ruso/ucraniana respecto de la anexión de Crimea, o en relación a Siria. Ver, por ejemplo, http://jilliancyork.com/2012/05/29/on-avaaz/

14 Entrevista con Pedro Abramovay del 05 de febrero de 2015.

15 https://secure.avaaz.org/po/petition/Impeachment_da_Presidente_Dilma_1/?pv=3428

para el debate deliberativo" (ABRAMOVAY, 2015, en entrevista realizada para el presente estudio)

Las peticiones de Avaaz se enfocan en particular sobre temas relativos a la actual coyuntura mundial –como por ejemplo, la situación de los refugiados a la deriva en el mar–, con especial énfasis en aquellos que podrían ser considerados "calientes", por el hecho de concitar gran atención de parte de la opinión pública –como ocurre con el caso de las movilizaciones relacionadas con el medio ambiente y los cambios climáticos[16]–. La propia Avaaz reconoce la cercanía de su pauta con los medios de comunicación, tanto para justificar la elección de temas, como para referirle al lector materiales publicados por la prensa, así como también para demostrar la propia resonancia en los grandes medios de comunicación.

Además de la recolección de firmas para sus peticiones, Avaaz lleva adelante campañas de donaciones de dinero (*crowfunding*). Un ejemplo de ello es el pedido de donaciones para las víctimas del terremoto en Nepal.[17] Este tipo de campaña cobró importancia en la legitimación de Avaaz, que pretende que su imagen no quede encasillada en la de un mero portal de recolección de firmas. En muchas campañas, Avaaz promueve la realización de otros tipos de acciones, tales como el envío de correos electrónicos o el contacto telefónico con autoridades de las áreas relacionadas con la petición.

Algunas técnicas y herramientas son utilizadas para maximizar la captación de firmas. Los miembros de la comunidad Avaaz, normalmente, llegan a la página de la petición después de haber recibido un correo electrónico o un *Tweet* de la organización, o bien de alguien que integra su red de contactos y que reenvió la petición.

Es importante destacar la relación entre la herramienta de Avaaz y otros sitios de redes sociales. En este caso, actualmente, Facebook es el principal

16 Ver por ejemplo, links: https://secure.avaaz.org/po/mass_grave_at_sea_nd_loc/?slideshow y https://secure.avaaz.org/po/climate_march_reportback/ (ambos revisados el 24/05/2015)

17 Ver https://secure.avaaz.org/po/nepal_earthquake_donate/ - revisado el 23/05/2015

puente a través del cual los usuarios acceden a una campaña. Según Bastos dos Santos[18], alrededor del 35% de personas que ingresan al portal de Avaaz, llegaron allí vía Facebook. Este tipo de derivación, a través de la red de contactos personales, es un mecanismo importante para la expansión del radio de acción de Avaaz, lo cual refuerza un concepto difundido entre administradores de redes sociales, que es la fuerza del vínculo personal para la difusión y la movilización online.[19] Otro aspecto central de la mecánica movilizadora de Avaaz es el establecimiento de metas de firmas a conseguirse, estimulando de esa forma a los miembros de la red para alcanzar el objetivo propuesto. Existe un panel de resultados, que muestra en tiempo real la cantidad de apoyos logrados. Este panel ocupa un lugar central en la visual de la página de la petición en el portal de Avaaz, y constituye una de sus principales formas de legitimación ante la sociedad, además de ser un valor agregado en su relación con otras organizaciones de la sociedad civil, considerando que maximizar la propagación del discurso de sus pares es uno de los beneficios que la forma de compromiso de Avaaz produce. La táctica de movilización prevé también la inclusión inmediata de la firma en una lista pública, de manera tal de que el suscriptor de la petición pueda visualizar su apoyo y los nuevos números alcanzados. Esta función es meramente de efecto visual, pues hasta que el servidor de Avaaz no reciba la confirmación vía cuenta de correo electrónico del firmante (salvo en el caso de miembros ya registrados), la firma no es computada.[20]

Avaaz utiliza algoritmos elaborados con el fin de prever comportamientos en base a preferencias anteriores. Algunas campañas son testeadas en hasta 20 formatos diferentes. El texto de la "llamada a la acción" ("Call for Action") es habitualmente compuesto por frases de efecto, imperativas. Esta

18 João Guilherme Bastos dos Santos, op.cit.

19 Existen algunos estudios disponibles sobre el potencial motivador de las redes personales.

20 Abramovay agrega que la duplicidad de firmas es comprobada al final de cada día, lo cual puede generar, en algunos casos, una disminución del número de firmas posteadas inicialmente en la página de la petición. Entrevista con Pedro Abramovay, 05 de febrero de 2015.

preparación se realiza con la intención de otorgarle un potencial "viralizador" a la campaña.[21]

Vale recordar que la vocación de Avaaz es la de actuar en causas internacionales urgentes, y muchas de sus campañas son iniciadas en el exterior (no tenemos datos acerca de cuántas de ellas son generadas por la "central" o por miembros de otros países). De esta manera, en el portal de Avaaz en portugués, en el espacio destinado a identificar las principales campañas en curso[22], aparecía un total de 18 campañas, de las cuales solamente 7 se referían a temáticas relativas a la realidad brasileña.

En la disputa "interredes" que signa la lucha política en el ámbito virtual contemporáneo, una plataforma capaz de llegar a 42 millones se constituye en un importante activo. No es en casual que Avaaz les niegue a sus miembros el acceso a su enorme red de correos electrónicos registrados. Cuando un miembro inicia una campaña a través de Avaaz, sólo puede difundirla a través de sus contactos. Le corresponde a Avaaz, en razón de la enorme variedad de iniciativas creadas, el poder de identificar aquellas campañas que serán aprobadas y promocionadas en su red integral. Esto comprueba una máxima difundida entre numerosos investigadores, que afirma que el control tecnológico es también una dimensión de la política de nuestros días.

Durante el desarrollo del presente estudio de caso, identificamos que es habitual la colaboración de Avaaz con otros grupos –incluyendo a organizaciones sociales civiles, activistas independientes y gobiernos– para movilizaciones en pro de ciertas causas. Causas históricas, encabezadas por movimientos sociales desde hace años, pasaron a gozar de mayor atención y adhesión del público luego de las acciones de Avaaz a través de sus peticiones online. Sin embargo, no siempre la relación entre Avaaz y algunas organizaciones tradicionales de la sociedad civil es positiva. Una crítica recurrente a la organización

21 Entrevista con gerente de Avaaz en los Estados Unidos, explicada en el artículo de Cadwalladr, 2013.

22 El acceso al portal para esa afirmación se realizó en mayo de 2015.

es el hecho de que Avaaz no se ocupa de las "luchas reales" que tienen lugar en el llano, sino apenas de la intermediación discursiva de tales luchas. Eso, de acuerdo a la evaluación de algunos activistas, generaría una excesiva visibilidad de la propia Avaaz en vez de la articulación continuada de la lucha. Por ejemplo, durante el proceso de movilización contra la construcción de la Usina de Belo Monte, miembros de la articulación "Xingu Vivo para Sempre" destacaban que Avaaz, aun habiendo impulsado la petición contra el dique, desconocía las verdaderas demandas de los habitantes de Altamira y de los indígenas que resultarían perjudicados por la construcción del embalse.

Como ya indicamos, dentro de los países en los cuales Avaaz tiene actuación, Brasil es el que posee mayor número de miembros (cerca de 8,7 millones)[23] y actividad online dentro de la comunidad.[24] Por esta razón, Brasil se convirtió en un importante laboratorio de peticiones, con foco en la movilización por asuntos de naturaleza cívica y política, tales como la campaña por la aprobación de una reforma política y de la "Lei da Ficha Limpa" (Ley del Prontuario Limpio), que impide que políticos condenados por la justicia puedan asumir cargos públicos.

Una de las posibles razones para el enorme éxito de Avaaz en Brasil es el uso intensivo de Internet que hacen los brasileños. Brasil ostenta el récord de participación en redes sociales y en tiempo de navegación, de acuerdo con estudios realizados por Ibope-Nielsen en varios países. Los brasileños llegan a emplear 60% más de tiempo conectados que los habitantes de otras naciones.[25] Otro factor que podría explicar el fenómeno de manera complementa-

---

23 Avaaz.org, 2015.

24 Curiosamente, a pesar de tratarse de la mayor comunidad del mundo, los miembros brasileños muestran bajos niveles de donación a la organización. El dinero recaudado no cubre los costos del equipo dedicado a la Avaaz Brasil. Abramovay, 2015.

25 Para una correcta apreciación del tiempo empleado por el brasileño en Internet, ver el gráfico simplificado publicado por la "Techtudo": http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/06/brasileiros-gastam-mais-de-650-horas-por-mes-navegando-em-redes-sociais.html.Revisado el 11 set. 2015.

ria es que en Brasil, el activismo político posee en general baja intensidad, y el mero hecho de firmar una petición exige de escasa dedicación. De acuerdo a lo expresado por los administradores de la plataforma en el país, es posible identificar un crecimiento de las actividades de movilización política online a partir de 2013, durante y después de las protestas de junio. En dicho período, Avaaz incrementó el número de miembros de su red en el país a más del doble. Hasta entonces, la mayor comunidad de "Avaazers" era la francesa. El crecimiento exponencial de la comunidad de Avaaz en períodos de convulsión social también se hizo notorio en Ucrania y en Rusia, luego de la eclosión de la crisis de Crimea. Sin lugar a dudas, un aspecto importante y destacable para la comprensión de este fenómeno.

Figura 1: Búsqueda del término "Avaaz" en Google, en Brasil



Fuente: Google Trends

El alcance de algunas de las campañas y movilizaciones puede evaluarse utilizando la herramienta estadística Google Trends[26], digitando la palabra "Avaaz". Según Abramovay, el primer pico (febrero de 2013 en el gráfico) presentado en la Figura 1, está relacionado con la campaña solicitando el *impeachment*

26 Google Trends es una herramienta que permite realizar una búsqueda y análisis estadístico de términos buscados en Google durante un período determinado.

del por entonces recién electo Presidente del Senado, Renan Calheiros, y el pedido de destitución del pastor Marco Feliciano de la Presidencia de la Comisión de Derechos Humanos de la Cámara Federal.[27] Ya el segundo pico del gráfico (junio de 2013), parece estar directamente relacionado con las protestas que ocurrieron en dicho momento. El tercer pico, más reciente, coincide exactamente con el período electoral de 2014 y, en paralelo, con la campaña por el *impeachment* de la Presidente Dilma Rousseff.

Tanto en Brasil como en el exterior, Avaaz suele ser habitual víctima de críticas. Listamos a continuación las críticas más habituales, así como de los argumentos de defensa del modelo. Identificamos cuatro tipos de crítica que se configuran como los más recurrentes: 1. Una organización de activismo de sillón; 2. Excesiva verticalidad; 3. Efectos limitados de las peticiones; 4. Lo acción online socava la acción offline.

El activismo de sillón: Avaaz es lo que algunos autores llaman organización de "clickactivismo (del inglés "clicktivism"). El término es utilizado para denominar a los activistas que utilizan plataformas digitales, incluyendo a las propias redes sociales, para organizar protestas y promover campañas. La definición de iniciativas como Avaaz se confunde con otros términos tales como "slacktivism" (en inglés, la unión de las palabras "slack", pereza, y "activism", activismo) y "activismo de sillón". Ambas expresiones, utilizadas de manera peyorativa, se refieren al apoyo de causas sociales que permiten que los individuos se sientan bien sin haber realizado el esfuerzo de la militancia. En numerosas ocasiones se describe que este tipo de activismo digital no produce efectos reales en las causas apoyadas[28] Por su parte, los defensores de plataformas como Avaaz, expresa que este tipo de activismo digital surge para integrar al proceso

27 Ambas peticiones disponibles en: https://secure.avaaz.org/po/petition/Impeachment_do_Presidente_do_Senado_Renan_Calheiros/?pv=658; https://secure.avaaz.org/po/petition/Imediata_destituicao_do_Pr_Marco_Feliciano_da_Presidencia_da_Comissao_de_Direitos_Humanos_da_Camara_Federal/ (Revisadas el 27/05/2015).

28 http://www.theguardian.com/world/2011/jul/20/avaaz-activism-slactivism-clicktivism

político a individuos y grupos que, normalmente, no se interesaban ni se movilizaban por causa alguna. En dicho sentido, Abramovay considera que el papel de Avaaz incluye "conseguir que la política les importe a aquellas personas a las que nunca les importó".[29] Una organizadora de campañas de Avaaz señala que "el 'haga click aquí'" puede constituirse en la puerta de entrada a la militancia y al compromiso"[30]. No en vano, el número de "clicks" es el principal instrumento de Avaaz para afirmar su legitimidad.

Verticalidad: para los críticos, el carácter vertical de la organización se revela en el hecho de que la principal actividad de Avaaz es la de obtener el apoyo de los individuos para una causa a través de una petición elaborada previamente por sus coordinadores y movilizadores de campañas. El único lugar en el cual los miembros de la comunidad pueden debatir efectivamente sus posiciones es la página de Avaaz en Facebook.[31] Y como argumentan numerosos comentaristas, Facebook no constituye un instrumento que favorezca el diálogo constructivo e informado respecto de cuestiones complejas. Sólo le queda al "Avaazer" entonces el click acrítico a aquello que fuere elaborado en los términos propuestos. De esta manera, la "cultura Avaaz" se asocia a una tendencia que parece verse favorecida por las formas contemporáneas de la política, que es la de reclamar sobre el estado de las cosas sin la elaboración (y hasta sin la preocupación por realizarla) de la obtención de soluciones alternativas para la construcción de agendas de propuestas. La verticalidad de Avaaz resultaría, en consecuencia, en la promoción de resultados de movilización que desarrollan instrumentos para un debate más calificado entre los miembros de su red. En defensa del modelo de Avaaz, puede afirmarse que se trata de una herramienta que, aún siendo vertical, genera un compromiso de parte de la llamada opinión pública, antes silenciosa, a través de peticiones, y también del estímulo a que

29 Abramovay, 2015.

30 Entrevista descripta en Nasi, 2013.

31 Refiere Abramovay que cerca de 1/3 de las personas que firman peticiones de Avaaz las comparten en su página de Facebook.

tales agentes utilicen sus propios canales de expresión en la redes sociales para exponer sus opiniones. Avaaz traslada a la opinión pública de la voz pasiva a la voz activa, constituyéndose en una interfaz diferente de acción en el ámbito de Internet.

Efectos limitados: es una crítica frecuente cuando se trata de campañas que no alcanzaron su objetivo, tal como ocurrió en la lucha contra la elección de Renan Calheiros para presidir el Senado. La campaña alcanzó un millón y medio de firmas, pero no pudo impedir que el político asumiera el cargo, ni forzar al parlamento a abrir un proceso de *impeachment* contra él. Avaaz contrató a la empresa de encuestas Ibope para realizar una investigación, cuyo resultado arrojó que el 74% de los brasileños apoyaba la renuncia de Calheiros.[32] Según el Juez Márlon Reis, ideólogo de la Ley del Prontuario Limpio, la petición sirvió para dañar la imagen del Senador, pero no alcanzó el sustento legal necesario para forzar su salida. El Juez agrega que este tipo de petición online necesita ser convenientemente trabajada "para no transmitir la ilusión de que tiene más poder del que, de hecho, tiene".[33] Aún así, a pesar de no haber alcanzado su principal objetivo, que era el de impedir la asunción de Calheiros, la petición de Avaaz y otras acciones de movilización orquestadas por la organización produjeron un intenso desgaste de la imagen del Presidente del Senado, y resultaron en un debate público relevante para la comprensión de los desafíos políticos del país, echando luz sobre un tema que hubiera pasado desapercibido si no fuese por esta articulación. Por esas razones se considera limitado el alcance de la crítica a los efectos parciales de las acciones de Avaaz, pues aún siendo cierto que buena parte de las campañas no alcanzan los resultados propuestos, al menos sí contribuirían la concientización de la ciudadanía.

Puede notarse que los efectos positivos de Avaaz alcanzan resultados más significativos cuando convergen con la acción de otros movimientos socia-

---

32 Álvares, 2013.

33 Conversación informal con el Juez Márlon Reis, online, del día 12 de junio de 2015.

les, tal como ocurrió en la campaña de iniciativa popular por la "Lei da Ficha Limpa". La campaña, liderada por el Juez Márlon Reis y un grupo de juristas, fue llevada adelante por el MCCE, "Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral" (Movimiento de Combate a la Corrupción Electoral); la CNBB,

(Conferencia Nacional de Obispos de Brasil) y decenas de organizaciones sociales civiles, incluyendo a partidos políticos como el PSol, "Partido Socialismo e Liberdade" (Partido Socialismo y Libertad). El proyecto de ley proponía que fuere inelegible por ocho años aquel candidato que tuviere el mandato anulado, hubiere renunciado para evitar la casación o hubiere resultado condenado por decisión de organismo colegiado (con más de un juez), aún cuando le fuere posible la presentación de recursos o apelaciones. La recolección de firmas se llevó a cabo offline, dado que la legislación brasileña en vigencia no contemplaba las firmas virtuales.[34] Fueron reunidas más de 1,8 millón de firmas, superando tal cifra al 1% del electorado exigido para la presentación del proyecto ante el Congreso Nacional como una ley de iniciativa popular, conforme lo prevé la Constitución Brasileña. La "Lei da Ficha Limpa" fue aprobada por el Congreso Nacional en 2010 y sancionada por la Presidente Dilma Rousseff inmediatamente después.

Avaaz tuvo un importante papel en la difusión de la campana, en particular en la última fase, correspondiente a la tramitación ante el Congreso Nacional, como una herramienta de apoyo más a la propuesta de ley. Sin embargo, algunos autores le atribuyen de manera errónea a Avaaz la condición de responsable de las firmas que llevaron a la propuesta y aprobación de la "Lei da Ficha Limpa"[35] Es interesante tomar nota de que la propia Avaaz se vale de

34 "Las peticiones en Brasil pasan a tener valor legal para la obligatoriedad de votación y modificación de la legislación únicamente cuando las firmas pudieren ser comprobadas electrónicamente y se presentaren como un número superior al 1% del electorado, distribuidos al menos en cinco Estados brasileños, con no menos de tres décimos por ciento de los electores de cada uno de ellos, de acuerdo con el Artículo 61 de la Constitución Federal" Schek (2009), citado en Pinto, 2014.

35 Costa, 2014 y Nassif, 2013.

ese “secuestro simbólico” de una movilización compleja al no explicitar en su portal que la exitosa movilización online fue articulada y precedida por una importante campaña offline. En su portal internacional, Avaaz sólo expresa que la campaña por la aprobación de la “Lei da Ficha Limpa”, llevada adelante por la organización en el ámbito virtual, resultó en la mayor campaña online de la historia en Brasil. Lo cual, si bien es un hecho, omite numerosos matices.

> “Los miembros de Avaaz se reunieron para crear la mayor campaña online de la historia brasileña, culminando ella con una petición de 2 millones de firmas, más de 500 mil acciones online, y decenas de millares de llamadas telefónicas.”[36] (AVAAZ online)

La importancia relativa de Avaaz en la recolección de firmas omite el hecho de que la mayor parte de las mismas fueron captadas en parroquias y diócesis, lo cual señala el rol central de la CNBB (Confederación Nacional de Obispos de Brasil), una de las más antiguas y poderosas organizaciones de la sociedad civil brasileña, cuyo papel fue esencial para el entramado político que permitió la aprobación de la ley. Un análisis más detallado de ese proceso, en consecuencia, indica el hecho de que Avaaz fue coadyuvante en el proceso de movilización offline, pero central en la disputa por la aprobación de la opinión pública, al difundir la existencia del proyecto a través de su plataforma online y de las redes sociales. Este hecho demuestra que la alianza online/offline, en este caso, se anotó un gran éxito y produjo resultados reales. Consecuentemente, es erróneo creer que ello es mérito exclusivo de la acción política virtual.

La acción online socava la acción offline: es habitual también que algunas campañas online sean llevadas al plano offline y la trasposición resulte en resonantes fracasos. Innumerables convocatorias virtuales, con una enor-

36 Original: “Avaaz members rallied to create the largest online campaign in Brazilian history, culminating in a petition of 2 million signatures, over 500,000 online actions, and tens of thousands of phone calls.” Avaaz.org, 2015.

me cantidad de navegantes confirmados, al materializarse en espacios públicos urbanos no consiguieron reunir ni siquiera a unos pocos centenares de manifestantes. Esa ecuación, de hecho, ocurre; pero lo que puede comprobar la experiencia de Avaaz es que resulta posible observar la modulación online/offline en perspectiva inversa: las movilizaciones offline aumentan el interés en el mundo online. Eso se verifica en el hecho ya citado de que el portal de Avaaz tuvo un pico de accesos durante las protestas de junio de 2013, provocando hasta problemas técnicos en la página. En ese período, algunas peticiones ya existentes en el portal alcanzaron números récord de firmas. Es decir, la movilización offline de la ciudadanía aumentó el interés en la política y resultó en más y mejor activismo online, lo cual refuerza el hecho de que ya no tiene sentido pensar la relación online/offline en un sentido de contraposición, sino como elementos constituyentes de una misma realidad. En un estudio realizado para la Fundación Ford, el activista e investigador del derecho a la comunicación João Brant, por entonces portavoz del "Intervozes", expresaba que el fracaso de las peticiones que pedían por la casación de Renan Calheiros y Marco Feliciano contribuyó al momento de tensión política que se vivía en Brasil.[37] Según Brant, estos eventos fueron dos hechos de gran repercusión y de generación de un enorme resentimiento, pudiendo haber también contribuido a acelerar las protestas de 2013.[38]

Finalmente, quisiéramos agregar, retomando lo expresado al inicio de esta sección, que luego de un mes del envío del correo electrónico de Patel a la red de Avaaz, la organización registró un volumen de donaciones suficiente como para emprender su obra: construir una nueva plataforma virtual de movilización online desde cero. De acuerdo con uno de sus movilizadores de campañas en Brasil, el trabajo de contratación del nuevo equipo de ingenieros ya ha

37 João Brant expresa que fueron diferentes factores los que contribuyeron a esta movilización. Entre estos factores sugeridos por el autor, algunos tienen una particular importancia para el contexto del presente artículo, tal como el ejemplo mencionado arriba; en Brant, 2014.

38 Op. cit.

comenzado, lo que implica que Avaaz podrá crecer en los próximos años sobre la base de una infraestructura aún más robusta y potente.

3. Junios y los medios masivos: la "mídia ninja"

En el libro producido por la Fundación Ford, ya mencionado anteriormente, el activista e investigador João Brant cita una crónica realizada por el periodista Renato Rovai al calor de los acontecimientos, para expresar que Junio, en realidad deberían ser Junios. Es decir, las protestas que eclosionaron en Brasil durante el primer semestre de 2013 precisan de una lectura en plural, y por ello continúan siendo objeto de análisis de los principales investigadores en ciencias políticas y sociales del país. Existen innumerables ángulos de observación de los hechos sucedidos, aún más cuando le agregamos a la imagen los recientes episodios de 2015, en los cuales otras protestas, específicamente en oposición al gobierno de Dilma Rousseff y al Partido de los Trabajadores (PT) se adueñaron de las calles. No es el objetivo de este estudio de caso discutir recurrentemente sobre las protestas de junio, pero sí sobre uno de sus protagonistas, la "Mídia NINJA" (Medios NINJA, acrónimo en portugués para "Relatos Independientes, Periodismo y Acción", una red política y mediática que se destacó al generar relatos sobre los hechos acontecidos, tomando como referencia el punto de vista de los manifestantes. Sin embargo, si no nos sumergimos en algunos aspectos particulares de aquel momento, no habrá de ser posible discutir sobre el surgimiento y la acción de la "Mídia NINJA". Para Brant, las protestas de junio integraron por lo menos a doce elementos, sin los cuales resultaría imposible comprender su eclosión. Se trata de los siguientes: "la coyuntura política brasileña, la crisis de representación y participación política, las inspiraciones internacionales, la historia reciente de la lucha por la reducción de las tarifas (de ómnibus), la fuerza de la pauta del transporte público, el momento del Mundial de Fútbol, la fuerza del modelo de manifestaciones, la potencia de las redes

sociales y del relato independiente, la violencia policial contra manifestantes y periodistas, la demora en la reacción de los gobernantes, la acción de los medios tradicionales y, finalmente, las múltiples narraciones y vivencias de los actos."[39]

El investigador expresa que es posible dividir las protestas en dos momentos, en particular si tomamos como referencia a la ciudad de San Pablo. Uno de ellos, con alcance nacional claro, centrado en la lucha contra el aumento de la tarifa del transporte público en las principales ciudades del país y contra los grandes eventos internacionales, en particular contra el Mundial de Fútbol y las Olimpíadas, que resultaron en la remoción de habitantes de bajos ingresos de sus casas y en un gasto público considerado por los manifestantes como no prioritario y viciado por la corrupción. A partir del día 17 de junio, sin embargo, la razón de las protestas se despedazó en innumerables fragmentos discursivos –y aquí, como veremos más adelante, es importante resaltar la importancia de las movilizaciones online para este viraje–, que incluyeron el combate contra la corrupción, la defensa de la educación y la salud públicas, la caída de la PEC 37 que, preveía disminución del ámbito de actuación del Ministerio Público, además de cuestionamientos a las formas políticas existentes, en especial el rechazo a los partidos. Fue justamente en ese segundo momento cuando tuvo lugar el segundo pico nacional de movilización; para ser más exactos, el día 20 de junio, momento en el cual se estima que más de 1,4 millón de personas salieron a la calle en las principales ciudades del país, ocupando cámaras municipales y estatales y el Congreso Nacional, en Brasilia. La dinámica de esas protestas, marcada por una gran heterogeneidad social del público en las calles, con una articulación casi inexistente entre estos agentes y las organizaciones políticas tradicionales, tanto de izquierda como de derecha, produjo un tipo singular de manifestación que habría de retornar al escenario con las protestas anticorrupción de 2015, en una versión más homogénea y elitista.

39 Puede leerse un resumen del libro de João Brant para la Fundación Ford en el artículo "Um ano depois de Junho", publicado en Le Monde Diplomatique-Brasil. http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1673. Revisado el 11.9.2015

La tesis de los dos momentos de junio también es defendida por los investigadores Elena Judensnaider, Luciana Lima, Marcelo Pomar y Pablo Ortellado en su libro "Vinte Centavos: a luta contra o aumento" (Veinte Centavos: la lucha contra el aumento). En el relato narrativo construido en la obra, el día 17 de junio marca el viraje de la dualidad de junio que, en su primera fase, se concentra en la lucha contra el aumento, dirigida por el "Movimento Passe Livre" (MPL), con "profundo sentido de táctica y estrategia" (ORTELLADO, 2014, p. 235), y en la segunda, se caracteriza por la "explosión de manifestaciones con objetivos difusos y sin ninguna orientación a resultados" (ORTELLADO, 2014, p. 236). Desde el punto de vista de la composición social de las protestas, el trabajo publicado por el profesor de la Universidad de San Pablo André Singer en la revista "Novos Estudos", del CEBRAP ("Centro Brasileiro de Análise Política e Social", Centro Brasileño de Análisis Político y Social) es bastante esclarecedor. Singer expresa, en base a una revisión de la literatura, que hubo, en general, "dos puntos de vista sobre la composición social de los acontecimientos de junio". En el primero, las protestas fueron preponderantemente promovidas por la clase media (según un artículo de Armando Boito). En el segundo, se destaca la fuerte presencia del "precariado", definido como el grupo de trabajadores sin calificación o semicalificados, en su mayoría jóvenes, que ingresaron al mercado laboral demasiado pronto y por la puerta de atrás. En su artículo, Singer sugiere una tercera hipótesis.

> "Analizando las investigaciones disponibles, me gustaría sugerir una tercera hipótesis: la de que pueda haberse tratado, simultáneamente, de ambas cosas, a saber: tanto la expresión de una clase media tradicional, disconforme con diferentes aspectos de la realidad nacional, como un reflejo de aquello que prefiero denominar como nuevo proletariado, pero cuyas características se asemejan, en este caso, a aquellas atribuidas al "precariado" por los autores que prefieren tal denominación: **se trata de los trabajadores, en general jóvenes, que consiguieron empleo registrado en la "década lulista" (2003-2013), pero que son**

víctimas de las bajas remuneraciones, la alta rotación y las malas condiciones laborales." (SINGER, 2014)

En lo que compete al presente estudio de caso, es importante la referencia a la hipótesis de Singer, porque ese joven urbano que forma parte del "precariado" es un usuario intenso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, en particular de los medios móviles[40]. Consecuentemente, no es casual, como veremos más adelante, que el uso de portales de redes sociales haya explotado durante ese período, en el cual los perfiles de los internautas pasaron en forma generalizada a tratar asuntos de la política, en una especie de inclusión democrática que necesita aún ser estudiada y comprendida con mayor profundidad. La imagen que sintetiza a esta "nueva generación" es la de un manifestante, durante las protestas del 17 de junio, que cargaba en sus manos una pancarta con la leyenda: "¡Salimos del Facebook!"[41]

Varios análisis realizados al calor de las protestas de junio asumieron un aspecto atemporal, como si la eclosión de las protestas no viniera siendo madurada lentamente en la caldera de la dinámica política del país. En el artículo "Fragmentos sobre a emergencia da política das redes e das ruas" (Fragmentos sobre el surgimiento de la política de las redes y de las calles), el investigador Rodrigo Savazoni va contra la corriente de dicha tendencia, determinando cinco aspectos que son parte integrante de la coyuntura que precedió a junio: una reducción (1) del espacio de participación y colaboración en la construcción de políticas públicas durante la transición de Lula a Dilma Rousseff. Sin dudas, la significativa inclusión social mediada por la masificación del consumo que tuvo

---

40 Sobre este asunto, ver el estudio "Os novos donos da Internet: Classe C" (Los nuevos dueños de Internet: el segmento C), de Conectados <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/research-studies/novos-donos-internet-classe-c-conectados-brasil.html>> Revisado el 12.9.2015

41 Para más información, leer el texto del blog Garotas Geeks titulado "O dia em que nós saímos do Facebook e fomos para as ruas" (El día en que salimos de Facebook y ganamos las calles) << http://www.garotasgeeks.com/o-dia-em-que-nos-saimos-do-facebook-e-fomos-para-as-ruas/>> Revisado el 11.9.2015

lugar entre 2003 y 2010, engendró la necesidad de más y mejores servicios públicos. No es casual, en consecuencia, que muchas de las pancartas portadas por los manifestantes en las calles tomadas exigieran, justamente, mejoras en la educación, la salud, la seguridad pública y el transporte; la (2) importancia adquirida por las nuevas tecnologías de información y comunicación, que se popularizaron en el país en los últimos años, en especial en razón del uso de los portales de redes sociales como Facebook, una auténtica ágora propiciadora de la política contemporánea; el (3) advenimiento de una nueva generación, decepcionada por los rumbos de la política institucional; la (4) influencia viral de las rebeliones en la red, que se expandieron por todo el planeta a partir de la Primavera Árabe, de los indignados españoles y del *Occupy Wall Street* de los Estados Unidos, entre otras importantes iniciativas de desarrollo del "espacio de la autonomía"; y la (5) conformación, en los términos descriptos por Manuel Castells, de un nuevo tipo de red de militancia, basada en individuos y colectivos interconectados, y también en agrupaciones políticas de tenor ideológico anarquista/autonomista, que se encargan del trabajo de base.

Sorj[42] elabora un enfoque diferente, al argumentar que durante la vigencia de los gobiernos del PT, los movimientos sociales fueron desmovilizadas por políticas de cooptación, en tanto que crecían grupos autónomos de izquierda y aumentaba el malestar de las clases medias, tanto de las nuevas como de las tradicionales. Sorj hace énfasis igualmente en que, para los manifestantes, la gran novedad en una sociedad que quedó inmersa durante largo tiempo en un estado de letargo político, la experiencia más determinante fue el sentimiento de empoderamiento generados por la presencia física y la ocupación de las calles. De este modo, en el contexto político brasileño, la protesta offline habría sido, para un importante sector de manifestantes, la gran novedad de los eventos de junio, y no el uso de instrumentos de comunicación virtual, ya naturalmente adoptados por la generación de nativos digitales (SORJ, 2014).

42 *Entre o local e o global* (Entre lo local y lo global), in Rubens Figueired (org), junio de 2013 – "A sociedade enfrenta o Estado" (La sociedad se enfrenta al Estado). São Paulo: Summus Editorial.

Otro aspecto que merece destacarse en el análisis de junio es el hecho de que muchos de los relatos se enfocan excesivamente en los episodios acontecidos en San Pablo. En razón del hecho de que las protestas del Movimiento Passe Livre ganaron enorme repercusión a partir de la capital paulista, recuperamos la comprensión de que los junios fueron muchos, y en cada localidad del país asumieron características particulares, tal como sucedió en Río de Janeiro, donde numerosas protestas reprobaban la gestión del gobernador del Estado, Sérgio Cabral. Hecha esa salvedad, corresponde hacer mención, cuando se busca analizar el surgimiento de la "Mídia NINJA" durante junio, de algunos episodios sucedidos en San Pablo en los años precedentes. En especial, el ciclo de acciones de toma de calles por parte de las redes de activismo político-cultural, de diferentes matices, que sucedieron entre 2011 y 2012. Ese ciclo de activismo en las redes y en las calles, bajo fuerte inspiración de las experiencias surgidas a partir de la Primavera Árabe, el 15M español y el *Occupy Wall Street* en Estados Unidos, se inician con el "Churrascão da Gente Diferenciada" (Gran Barbacoa/ Asado de la Gente Diferenciada) [43], se continúan con las "Marcha da Maconha" (Marcha de la Marihuana), la "Marcha das Vadias" (Marcha de las Putas) y la "Marcha da Liberdade" (Marcha de la Libertad) [44], y desembocan en los actos

43 El "Churrascão da Gente Diferenciada", realizado el 14 de mayo de 2011, fue una convocatoria efectuada por Facebook, que llegó a contar con más de 50.000 confirmaciones. Se extendió por las redes sociales, resultando en notas de prensa reproducidas por diarios, revistas, emisoras de radio y televisión. En el día marcado, entre d y 4 mil personas comparecieron en las calles del tradicional barrio paulista, portando instrumentos musicales y parrillas, para confraternizar. La protesta/burla fue agendada como respuesta a los residentes del barrio de Higienópolis, en San Pablo, luego de que su asociación vecinal se movilizara y distribuyera panfletos con mensajes oponiéndose a la construcción de una estación de metro/subterráneo, alegando que la misma permitiría que "gente diferenciada" entrara en contacto con los adinerados residentes locales.

44 La "Marcha da Liberdade" de San Pablo fue realizada el día 28 de mayo de 2011. La acción, convocada por Internet, surgió como una reacción contra la violenta represión policial a la "Marcha da Maconha" (Marcha de la Marihuana), realizada una semana antes, el día 21. En aquella ocasión, el Supremo Tribunal Federal prohibió a los manifestantes la realización de la protesta. La reacción de los activistas fue entonces crear un movimiento por la libre manifestación. La primera protesta convocó a cerca de 5 mil personas a la Avenida Paulista, en un trayecto que incluyó a toda la calle da la Consolação, finalizando en la Praça da República. En dicha ocasión, el "Circuito Fora do Eixo" probó equipos de transmisión en vivo, realizando la cobertura de la manifestación en tiempo real, con el periodista Bruno Torturra y el teórico de la contracultura

electorales "#AmorSIMRussomanoNão" (#AmorSIRussomanoNo) y "#ExisteAmoremSP" (#ExisteAmorEnSP -San Pablo-) durante las elecciones municipales de 2012.[45] En aquel período, el "Circuito Fora do Eixo", organización que, como veremos más adelante, le da origen a la "Mídia NINJA", pasa a participar activamente en la convocatoria a tales eventos, y comienza a probar un modelo de cobertura online que acabaría en el formato de cobertura en vivo, que habría de ganar notoriedad durante las protestas de junio. Su llegada a la articulación política en la capital paulista potenciaría las luchas, aunque, al mismo tiempo, sería recibida con desconfianza y oposición por parte de los agentes que ya contaban con una organización previa.[46]

El rol de los medios tradicionales en la cobertura de las protestas también merece atención. Las primeras manifestaciones, entre el 6 y el 13 de junio, recibieron una cobertura teñida de matices negativos por parte de los medios tradicionales –en particular de parte de los grandes periódicos y emisoras de TV–, los cuales destacaron las "acciones violentas de los manifestantes", que muchas veces fueron llamados de vándalos.[47] Sin embargo, a partir de las pro-

---

Cláudio Prado como conductores. La cobertura gozó de amplia adhesión online.

45 Los actos "#AmorSIMRussomanoNO" y "#ExisteAmomremSP" tuvieron lugar durante la campaña electoral de 2012, en el primer y segundo turno. Fueron convocados por Internet, con la intención de afirmar una pauta para la ciudad, centrada en valores como el hecho de que la ciudadanía retome las calles y la diversidad cultural y de comportamientos, y se contrapone al discurso conservador, en particular al de Celso Russomano (PRB), que llegó a liderar las encuestas de opinión, y al prohibicionismo que marcó la gestión de Gilberto Kassab (PSD) en la intendencia. Ambas protestas pueden ser vistas como símbolos de la intervención en las calles, pero no solamente eso. El "Circuito Fora do Eixo" estuvo involucrado directamente en la articulación de los actos, ofreciendo su tecnología de producción cultural, de movilización online y de cobertura en tiempo real de las protestas.

46 Para revisar los debates políticos generados en razón de la ascensión del "Fora do Eixo", ver el libro<<https://emmarcha.milharal.org/>> Revisado el 13.09.2013.

47 Un gráfico generado sobre una investigación realizada a partir del mapeo de contenido provisto por 3 periódicos de circulación nacional y otros 3 de distribución local demuestra claramente que el informe de las protestas se enfocaba principalmente en la violencia y en el embate entre los manifestantes y la policía. Disponible en: http://blog.pageonex.com/2013/08/24/manifestantes-ou-vandalos-como-a-midia-tradicional-abordou-os-protestos-em-junho-de-2013-no-brasil/ (revisado el 20/05/2015).

testas del 13 de junio en San Pablo, cuando la Policía Militar local reprimió fuertemente a los manifestantes, generando una enorme cantidad de casos de agresión gratuita a los propios participantes y a periodistas presentes, los medios tradicionales adhirieron al movimiento de indignación y solidaridad que ganó fuerza entre los sectores de la sociedad que, hasta entonces, no se habían involucrado en las protestas.[48] La gran circulación vía Internet de imágenes de la represión en forma de videos y fotografías, demostrando el uso indiscriminado de bombas de efecto moral, gas pimienta y balas de goma por parte de las fuerzas policiales, resultó determinante en la posición de la opinión pública.[49] La violencia policial fue, sin dudas, un catalizador que determinó el aumento significativo del número de manifestantes en las protestas del día 20 de junio, resultando en que, solamente en San Pablo, más de 300.000 personas salieron a las calles, generando marchas que tomaron las principales avenidas de la ciudad.

Ese crecimiento exponencial de las manifestaciones hizo que los medios tradicionales alteraran su línea editorial de cobertura, abandonando la posición crítica para pasar a un abierto respaldo. Varios investigadores expresan que dicha nueva cobertura de los medios tradicionales fue influida e influyó en la transición de la orientación en la agenda de las protestas, y resultó determinante para el comienzo del segundo momento de junio. En ese movimiento, los medios tradicionales pasaron a destacar en particular las críticas a la corrupción y a las políticas del gobierno, que a la vez, eran el foco del mensaje de los manifestantes. El portal "Causa Brasil" demuestra ese fenómeno de la transición de las reivindicaciones en las redes sociales, en que temas como la corrupción y la demanda de políticas sociales en general asumen el eje del discurso. Según la investigación de Ibope, en la noche del 20 de junio, la insatisfacción por la corrupción y la demanda de cambios políticos obtuvo el primer lugar (fueron

48 Brant, 2014, Ortellado, 2013.

49 Singer, 2013.

mencionadas por el 65% de los entrevistados), mientras que el tema del transporte público quedó en segundo lugar (con el 50%).[50]

Esto nos abre el camino para retomar el objetivo del presente estudio, en el cual junio pasa a ser un vigoroso ejemplo de la modulación online/offline de la política contemporánea. Si las protestas en las calles quedaron marcadas por la diversidad de causas y demandas, lo mismo puede decirse de las redes, de acuerdo a la recopilación de estudios sobre el comportamiento de los internautas. La investigación desarrollada por el Labic, "Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura" (Laboratorio de Estudios sobre Imagen y Cibercultura) de la "Universidade Federal do Espírito Santo", ya mencionado, se concentró en analizar el *hashtag* "#vemprarua" (#VenALaCalle), uno de los más difundidos durante las protestas de junio, entre el 15 y el 17 de aquel mes. Utilizando un tipo de metodología que extrae los datos generados en esa plataforma y los analiza con la ayuda de softwares específicos, el equipo de investigadores del Labic elaboró una suerte de antropología política del discurso en la red de ese momento, signado por una enorme diversidad de ideas y posturas políticas. Es interesante destacar a partir de ese estudio, el papel central de las celebridades en la intermediación de la información, en particular el rol de los humoristas y los actores jóvenes, de gran llegada al público de menor edad y entre el llamado segmento C. También corresponde destacar el enorme volumen de imágenes compartidas (contenidos virales, como "memes") que caracteriza al discurso en las redes.

El estudio del Labic expresa que en el día 17 de junio, el *hashtag* "#vemprarua" llegó a alcanzar los 140 mil mensajes, y se mantuvo con un promedio de 20 mil durante todo el mes. Ese *hashtag* fue originalmente propuesto por el "Movimento Passe Livre" que, en las calles, acostumbraba entonar el cántico "Vem, vem, vem pra rua vem, contra o aumento!" (Ven, ven, ven a la calle; ven, ¡contra el aumento!), acompañada por su batería de "escola de samba", buscando así convocar a la población para unirse a las protestas. El *hashtag*, en consecuen-

50 Singer, 2013.

cia, puede ser considerado el correlato virtual de convocatoria a la acción, una especie de expansión a las redes del grito que sonaba en las calles. A partir de esa recopilación de más de 500 mil *tweets*, el Labic generó una serie de registros calificativos, entre los cuales la catalogación de los *hashtags* asociados al "#vemprarua" permitieron diseñar un análisis del discurso de los manifestantes.



Nube con los *hashtags* del "#VemPraRua" más utilizados en el día 15

Es interesante destacar en esa imagen de *tags* de Twitter los *hashtags* "#ogiganteacordou" (#ElGiganteDespertó) y "#acordaBrasil" (#DespiertaBrasil), que habrían de marcar el segundo momento de las protestas, así como también la presencia de críticas a la Presidente Dilma Rousseff, en el *tag* "#chupadilma". Además, muchas referencias a los movimientos internacionales, como "#OccupyBrazil" y "# PrimaveraGlobal". Esa misma tendencia puede observarse en otro

gráfico realizado por los investigadores del Labic, que recopila las principales palabras clave que fueron tendencia en Twitter entre los días 15 y 17 de junio.



Nube con los *hashtags* más utilizados entre los días 15 y 17 de junio de 2013

Otro estudio sobre el comportamiento de las redes sociales que merece nuestro análisis fue el realizado por la empresa Interagentes[51], bajo la coordinación del sociólogo Sergio Amadeu da Silveira. En dicho caso, el análisis fue realizado en base a los posteos realizados en la red social Facebook, sin lugar a dudas la más utilizada durante las movilizaciones de junio. El equipo de investigadores encabezado por Silveira y Thiago Pimentel realizó búsquedas dentro del portal de la red social para capturar citaciones públicas a las manifestaciones, entre los días 5 y 21 de junio de 2013. También fueron analizados los "compartir" de esos mensajes, señal que expresa la valoración de su repercusión entre los internautas. A partir de los datos recopilados, les fueron atribuidos a los actores identificados dos valores: *hub* y autoridad. El *hub* es aquel con mayor cantidad de vínculos (*links*), y la autoridad es el perfil más compartido.

51 Para la lectura completa de la investigación, ingresar en: http://interagentes.net/?p=62. Revisado el 12.9.2015

Esa investigación parte del presupuesto, ya explorado en profundidad en el presente trabajo, de que las redes y las calles, en el caso de junio, conforman un espacio híbrido, con acciones sucediendo en el espacio urbano y también en Internet, en particular en las redes sociales. Además, demuestra la gran multiplicidad de temas en discusión en esa gran arena que es Facebook.

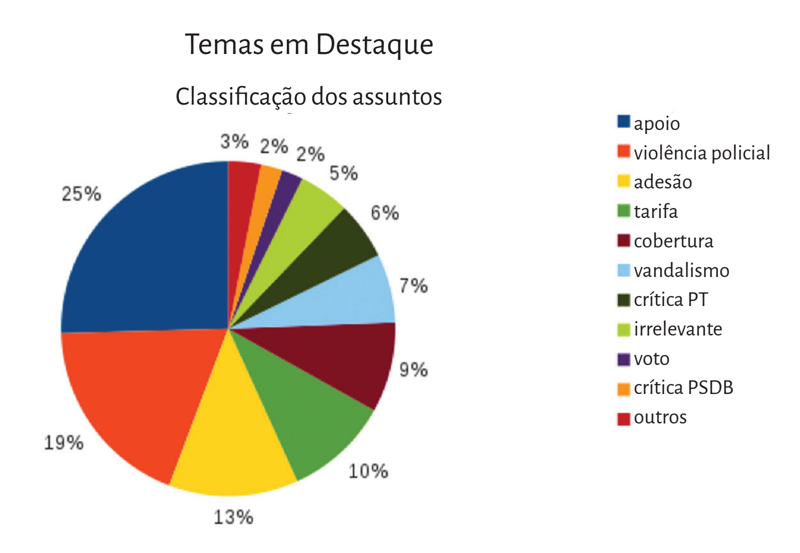


Figura 1: Estudio de la empresa Interagentes, catalogando contenidos recolectados en Facebook durante las protestas de junio de 2013

El día 6 de junio, fecha del primer acto contra la tarifa de transporte en San Pablo, aparece ya una tendencia que se confirmaría en los días subsiguientes. Entre las cinco principales autoridades, es decir, emisores de contenidos compartidos en Facebook (en un universo de 10.500 mensajes recopilados por los investigadores), se encontraron un vehículo mediático tradicional, el periódico "O Estadão" (1º) y un vehículo alternativo, la "Carta Capital" (5º), dos grupos políticos, el "Movimento Passe Livre" (2º) y la agrupación "Anonymous Brasil" (3º); y la "Mídia NINJA" (4º), demostrando el papel central que esa nueva

red asumió desde el comienzo de las protestas. La “Mídia NINJA”, de acuerdo con el estudio de Interagentes, habría de mantenerse siempre como una de las diez mayores autoridades dentro de Facebook durante todo el proceso de junio. Como *hub*, es decir, valor de vínculos, la “Mídia NINJA” no logra destacarse, habiendo sido el gran concentrador de atención en aquel momento la red de “Anonymous Brasil”, y a partir del quinto acto, el “Movimento contra a Corrupção”, demostrando ya entonces la dinámica de aproximación de otras pautas de convocatoria.

La investigación presenta conclusiones importantes para la comprensión de la dinámica online/offline de la política contemporánea; entre las cuales, la constatación de que “las conversaciones en las redes distribuidas fueron decisivas para la formación de microliderazgos en las movilizaciones y para el surgimiento de nuevos y grandes “nodos de autoridad”, como los colectivos “Anonymous”, el “Movimento Contra a Corrupção”, “A Verdade Nua & Crua” (La Verdad Desnuda y Cruda) y la “Mídia NINJA”, entre otros. Los investigadores destacan también que “la ausencia de partidos, sindicatos y movimiento sociales consolidados indica un nuevo estándar de movilización social, sin la presencia de estructuras centralizadas”, lo que los lleva a afirmar que las manifestaciones “revelan que el poder institucional y el poder de las estructuras políticas fueron poco decisivos en comparación con el poder comunicacional de las redes distribuidas”.

La “Mídia NINJA”, en consecuencia, de acuerdo con ese estudio, fue una de las mayores referencias de junio, sumándose a los nuevos movimientos sociales que convocaron a los actos y se encargaron de su difusión; y a los medios tradicionales, que preservaron su relevancia, inclusive en el ámbito de las redes digitales. Surgida como brazo mediático del “Circuito Fora do Eixo”, captando a jóvenes activistas y productores de multimedios, la “Mídia NINJA” procura hasta el presente, a través de su trabajo, darle mayor visibilidad a las luchas y causas sociales vigentes en el país, enfatizando su accionar en las luchas promovidas por agrupaciones consideradas de izquierda en el espectro político-ideológico.

Para entenderla, necesitamos comenzar con una explicación de qué es el "Circuito Fora do Eixo" (FdE). De acuerdo a la versión de sus ideólogos, el "Fora do Eixo" surge en 2005, en una articulación matricial de productores culturales de las ciudades de Cuiabá, Rio Branco, Uberlândia y Londrina. Su objetivo era el de organizar a la juventud actuante en la escena musical en torno de una red de producción cultural colaborativa. En dicho contexto, la prioridad era la autogestión y la influencia en las políticas públicas en el ámbito local. Dos características originarias de esa experiencia ya la distinguían del resto de las existentes en el país. La elección de sus miembros de residir en casas comunitarias, es decir, en comunidades relacionales en las cuales se compartían trabajo y afectos; y la creación de un sistema económico alternativo, basado en el uso de monedas sociales. Los integrantes de las redes son jóvenes que viven y trabajan en las casas comunitarias, administradas por un "cajero colectivo", a través del cual comparten todas sus necesidades materiales.

En el libro "Os Novos Bárbaros – A Aventura Política do Fora do Eixo" (Los Nuevos Bárbaros – La Aventura Política del Fuera del Eje), Rodrigo Savazoni señala al año 2007, correspondiente a la realización del primer congreso del "Fora do Eixo" como el momento efectivo del nacimiento de la organización. A lo largo de los últimos ocho años, el FdE se consolidó como una red política que actúa con cultura y comunicación estructurada fundamentalmente a partir de dos procesos internos que se retroalimentan permanentemente: un circuito de distribución cultural de alcance nacional y una organización política de activismo digital.

Circunscripto en sus inicios a una actuación en ciudades fuera del eje hegemónico de la cultura nacional, el "Fora do Eixo" llega a San Pablo y a Río de Janeiro en el año 2011, creando casas comunitarias en dichas ciudades. Ese período marca una transición en la red hacia más allá de las cuestiones específicamente culturales, concentrándose fuertemente en la comunicación y en la articulación con otras agendas políticas. El manejo intensivo de la comunicación digital, de fuerte carácter propagandístico, constituye una de las princi-

pales características del "Fora do Eixo". Justamente por ello, puede observárselo como una plataforma de movilización política online/offline al servicio de un gran número de causas. En "Os Novos Bárbaros", Savazoni registra que, en 2012, la red articulaba 122 colectivos, cinco casas y 400 colectivos aliados. En agosto de 2013, ese número se incrementó a 18 casas comunitarias, 91 colectivos y cerca de 650 colectivos aliados, lo cual comprueba que durante el período de junio, el "Fora do Eixo" aprovechó para expandir su modelo de casas comunitarias y así fortalecer la organización. Sus miembros son en su mayoría jóvenes de nivel universitario, o recién graduados, que actúan en las artes, la producción cultural y la comunicación. Ese contingente de agentes liberados para involucrarse en los procesos de producción cultural y articulación política es un aspecto esencial de la fuerza del "Fora do Eixo". Existe también un importante número de aliados y de agentes eventuales que se articulan a la red del FdE, aún no residiendo en las casas. Otro elemento que forma parte de su poder de impacto es la presencia nacional, siendo que existen colectivos asociados a la red en todos los estados del país.

A lo largo de su historia, el "Fora do Eixo" desarrolló tecnologías de gestión y difusión en redes sociales, que lo posicionaron como una plataforma activista con el potencial de generar efectos de impacto en el escenario político nacional. Justamente por eso, pasó a establecer alianzas con organizaciones tradicionales de la sociedad civil, movimientos sociales, parlamentarios en las tres esferas de la República, y hasta gobiernos más vinculados a ese tipo de movimientos. Su estructura organizacional conjuga aspectos de horizontalidad y verticalidad. Dentro de los colectivos y casas, las personas conviven en relaciones no convencionales de afecto, y comparten tareas domésticas y operativas. Sin embargo, el reglamento interno y la declaración de principios del FdE determinan el funcionamiento de instancias administrativas que deben replicarse en cada uno de esos colectivos. Dichas instancias poseen una dinámica de gestión verticalista, y son administradas por colegiados. Es así que funcionan los simulacros, banco, universidad, partido y medios; y los llamados frentes

gestores de los proyectos.[52] Los recursos en moneda corriente necesarios para el mantenimiento de la infraestructura de las casas y colectivos en los que residen los "Fora do Eixo" se recaudan a través de la prestación de servicios, además del financiamiento público y privado obtenidos. El principal aspecto contextual del origen del "Fora do Eixo" es su asociación a la experiencia de participación social, facilitada por el gobierno de Lula. No es casual que la organización mantenga estrechos vínculos de identidad con las gestiones del Partido de los Trabajadores (PT).

La "Mídia NINJA" nace articulada por el "Fora do Eixo", a través de una estrategia que la organización denominó "postmarca". Es decir, la de fomentar iniciativas que resultaren en la arquitectura de otras redes, disociadas de la marca "Fora do Eixo". La "Mídia NINJA" se constituyó en la más exitosa acción mediática coordinada por la organización, y pasó a ser central en la estrategia del FdE de dejar de ser solamente una red de producción cultural para convertirse en una plataforma de acción política en red. Es necesario destacar que, desde sus inicios, el FdE se ha dedicado al desarrollo de sus propios medios, utilizando los recursos disponibles en Internet. Al comienzo se trataba de canales en la antigua red Orkut, listas de discusión, chats de MSN y blogs en la red Blogger. Hace cerca de tres años, la red intensificó el trabajo de transmisión en vivo de sus actividades. Desde allí, avanzó a la creación de "Pós-TV", un canal propio de *streaming* en Internet, cuya programación está integrada sólo por producciones exclusivas, en su mayoría, debates. Las acciones de movilización a través de las redes sociales, la creación y la manutención de programas de WebTV, entre

52 La idea de los simulacros es fundamental para la comprensión del "Fora do Eixo". Savazoni, en "Novos Bárbaros", explica que los simulacros son recreaciones de las principales instituciones que estructuran nuestra sociedad (como el banco, el partido, la universidad, etc.), rediseñadas con otras características para que se adapten a los principios colectivistas que rigen en el FdE. De esa manera, el FdE "reinventa" a tales instituciones de acuerdo al modo en que considera que deberían ser, y las "disputa" socialmente. El simulacro del banco es el responsable de la gestión financiera de la red de casas comunitarias, administrando los recursos obtenidos en monedas corrientes y también la circulación y emisión de monedas sociales (banco de tiempo). El simulacro de partido organiza la actuación política del "Fora do Eixo", promoviendo articulaciones en el ámbito local, nacional e internacional.

otras iniciativas, son coordinadas por el citado simulacro “Mídia”, que debe estar presente en todo colectivo FdE.

En razón de su éxito, la “Pós-TV” pasó a ser considerada como un proyecto específico, que resultó atrayendo la alianza de periodistas experimentados, como el reportero Bruno Torturra, quien fuera jefe de edición de la Revista Trip, convertido luego en el ideólogo de la “Mídia NINJA”. La propuesta inicial de Torturra era la de constituir una red profesional de periodistas, que utilizarían la inteligencia de red desarrollada por el “Fora do Eixo” para difundir la información generada. Sin embargo, tal como él mismo lo relata en un artículo publicado en la Revista Piauí, titulado “Por dentro del Huracán NINJA”, la eclosión de las protestas de junio lo volcaron a él y a sus colegas directamente a las calles, provistos de celulares y máquinas fotográficas, para registrar la avalancha de episodios que cambiarían la historia reciente del país y también la vida de sus habitantes.

Desde el punto de vista de su relato, lo de los “NINJA” no constituye una novedad. Podemos inclusive decir que ese formato de producción de información en tiempo real, con utilización exhaustiva de nuevas tecnologías enfocadas desde el ángulo de los manifestantes constituye un *modus operandi* característico de los movimientos sociales del Siglo XXI. El esquema se instituyó ya a fines del siglo XX, cuando los movimientos antiglobalización crearon el Centro de Medios Independientes (I*ndyMedia*), para producir relatos opuestos a los hegemónicos. Los “NINJA”, entretanto y a su manera, obtuvieron una audiencia que excede la de los nichos esperables, y por eso se convirtieron en un objeto de atención generalizado, con notas periodísticas sobre ellos publicadas por los principales periódicos del mundo, como The New York Times, The Wall Street Journal y The Guardian.[53] La red fue lanzada oficialmente durante el Foro Mundial de Medios Libres, en Túnez, aunque comenzaría a consagrarse durante las protestas de junio, con las transmisiones en vivo vía Iphone y TwitCasting de las movilizaciones convocadas por el MPL.

53 http://www.theguardian.com/world/2013/aug/29/brazil-ninja-reporters-stories-streets>>Revisado el 13.9.2015

A continuación, reunimos algunos episodios y hechos que marcaron la actuación de la "Mídia NINJA" durante las protestas de junio, contribuyendo a la construcción de su reputación.

- La captura del estudiante Bruno Ferreira Teles: el 22 de julio de 2013 Teles fue apresado, acusado de lanzar bombas molotov contra efectivos policiales durante las protestas. El equipo de "Mídia NINJA" trabajó inmediatamente en una edición de sus imágenes y de otros videos subidos a Youtube, elaborando una producción que demostraba claramente la inocencia del activista. Además, utilizando varios ángulos de las imágenes, el reporte de "Mídia NINJA" pudo determinar que el estudiante había sido víctima de falso testimonio por parte de los policías involucrados. La revelación fue utilizada por el Noticiero Nacional de la "Rede Globo" que, al momento de la captura, había adoptado la visión oficial de la policía. La nota de la Rede Globo mencionaba a la red y hacía uso de sus imágenes.[54]

- El día 18 de junio, en San Pablo, la "Mídia NINJA" realizaba la cobertura del acto impulsado por el MPL, cuando la Policía Militar del Estado de San Pablo salió a la caza de los activistas. Con un enorme contingente, las fuerzas represivas perseguían a los manifestantes por las calles del centro de la capital paulista. Ningún medio de comunicación acompañaba la movilización, pero las redes sociales se llenaban de relatos al calor de los acontecimientos. Ese día, la gente de "Mídia NINJA" estaba en el lugar apropiado y en el momento adecuado. Su audiencia fue aumentando, hasta llegar a picos de 200 mil personas viendo el *streaming*. Era como si el público, a través de esa ventana, pudiera transportarse hacia dentro del conflicto, desde las calles directamente a las redes, sin filtro alguno. Ese día, los "NINJA" comenzaron a ganar notoriedad.

54 Disponible en: Informe de la Rede Globo sobre el material de la "Mídia NINJA". <http://g1.globo.com/videos/v/estudante-preso-durante-manifestacao-no-rio-nao-portava-explosivos/2713906>. Revisado el: 11 set. 2015.

- La captura del reportero Carioca: El mismo día 22 de julio, Filipe Peçanha, "el Carioca", integrante de la red "Fora do Eixo" y uno de los periodistas de la "Mídia NINJA", fue apresado por la policía militar de Río de Janeiro mientras cubría una de las protestas. Peçanha fue trasladado dentro de una unidad móvil de transporte de detenidos y permaneció preso por algunas horas en una delegación policial del barrio de Laranjeiras. Su captura fue transmitida en vivo[55], y fue como si el público pudiese ser transportado junto con el activista, viviendo con él las desavenencias del enfrentamiento con las fuerzas del Estado. Carioca mantuvo su cámara encendida, hasta ser forzado por la policía a interrumpir la señal. Convocados por Internet, otros manifestantes se dirigieron a la sede policial y establecieron una protesta en la cual exigieron la inmediata liberación del periodista. Todo esto fue transmitido en tiempo real por los envíos de *streaming* de otros reporteros de "NINJA". El mismo día, en horas de la noche, Carioca fue liberado y salió ovacionado, saludado con el cántico "Ei, Polícia, solta a Mídia NINJA!" (¡Eh, Policía, suelta a la "Mídia NINJA"!). La solidaridad demostraba que la "Mídia NINJA" se había convertido en la voz de la multitud.

Ante estos episodios, la "Mídia NINJA" se constituyó en referencia como canal alternativo de información periodística, ofreciendo historias en vivo, sin cortes, comunicando al público aquello que los grandes medios parecían silenciar. Los manifestantes se transformaron en *embedded journalists* que, desde el centro de las protestas, mostraban en directo la acción de los activistas y también, en particular, las innumerables escenas de violencia policial que marcaron a junio. Sobre todo para los participantes de las manifestaciones, se transformó en el canal a través del cual podían transmitir y

55 En abril de 2014, la "Mídia NINJA" se consagró vencedora de los Shorty Awards –premio al que los organizadores llaman "el Oscar de Internet"– en la categoría Brasil. El premio fue compartido con el programa humorístico "Porta dos Fundos", con millares de visitas a su canal de Youtube.

compartir sus experiencias en las calles. Los propios activistas se vieron convertidos en potenciales periodistas.

En el contexto de las manifestaciones, la "Mídia NINJA" se hizo de muchos nuevos colaboradores, además de los miembros de la red "Fora do Eixo". Estos ciudadanos, actuando como si fueran periodistas, generaban imágenes, creaban contenidos y se integraban al equipo "NINJA". Con frecuencia se reunían en las casas comunitarias, haciendo uso de la infraestructura del "Fora do Eixo". Durante ese período, la red pasó a coordinar un equipo con decenas de nuevos colaboradores, y a encargarse de cubrir una demanda siempre urgente de comunicación desde las calles. El discurso jamás pretendió ser imparcial. Como afirmó Pablo Capilé, principal portavoz del "Fora do Eixo" y también miembro de la "Mídia NINJA" en una entrevista al canal de Youtube "Roda Viva", el momento demostraba el paso de la era de los medios masivos a la era de de medios de las masas. Ese nuevo momento, según la interpretación de Capilé, habría de constituir en la red un "mosaico de parcialidades", que sería más beneficioso para la democracia que la búsqueda del equilibrio y el distanciamiento crítico del periodismo tradicional.

La "Mídia NINJA" y el "Fora do Eixo" están dotados de una gran capacidad de elaborar relatos, y se concentran en actuar políticamente mediante la comunicación. Ambas organizaciones fueron objeto de innumerables críticas por parte de los medios tradicionales, pero también de otras organizaciones políticas con actuación en las protestas. En particular, fueron refutados por el propio MPL. Para Pablo Capilé, esa desavenencia surge en razón del abordaje alegre, colorido y con propuestas que caracteriza al "Fora do Eixo", completamente opuesto al discurso rígido y sectario del MPL. Para el movimiento "Passe Livre", Tanto el "Fora do Eixo" como la "Mídia NINJA" fueron instrumentos cooptados, al servicio del gobierno y de empresas, y por tal razón, no tomaban parte en la lucha real contra el aumento tarifario del transporte que ellos encabezaban.

Ortellado, considerado uno de los ideólogos del MPL, analizaría la cuestión de la siguiente manera:

> "[La "Mídia NINJA"/red "Fora do Eixo"] tienen una comprensión muy sofisticada de la naturaleza de nuestro capitalismo contemporáneo. Ellos sabían que, al no tener la capacidad de constituirse en actores relevantes, si pudieran controlar la comunicación del movimiento, de alguna manera controlarías el movimiento, controlaría la imagen de la representación del movimiento."

Tomando en consideración las diferencias de orientación ideológica y el perfil de los activistas del MPL y del FdE, la afirmación de Ortellado parece hacer foco una vez más en la distinción recurrente entre lo que sucede en el plano real y aquello que se comparte en las redes virtuales y de comunicación, como si se tratare de elementos disociados dentro de una lucha determinada. Se trata de la misma crítica que ya observamos en la actuación de Avaaz, y que sigue constituyendo uno de los focos de conflicto de la modulación online/offline, comprobando que en el imaginario de muchos de los activistas, esa escisión existe y se mantiene como un aspecto a ser analizado.

Durante los eventos de junio, la "Mídia NINJA" se transformó en un éxito entre el público. La mayoría de los jóvenes movilizados por las manifestaciones de la calle buscaba imágenes diferentes de los eventos, con las cuales pudieran identificarse, en particular, aquellas que mostraban los periodistas "aficionados", utilizando sus celulares para enfrentarse a la fuerza policial. La "Mídia NINJA" acompañó los movimientos de la calle, y decayó junto con ellos. De todas maneras, continúa actuando como plataforma de comunicación activista, manteniendo un portal de cobertura, en alianza con la red internacional Oximity, y articulando un nuevo movimiento llamado #JornalistasLivres (#PeriodistasLibres), que ya realizó una campaña de *crowfunding* para estructurarse, habiendo recaudado más de 100 mil Reales en donaciones.

4. El marco civil de internet

Las luchas en la red (SILVEIRA, 2009) promovieron en Brasil movimientos de la sociedad civil organizada, en particular a partir de la acción de los activistas en defensa del software libre y de la libertad del conocimiento. Esta sociedad civil obtuvo una de las mayores victorias de las que se tenga noticia en la temática referente al establecimiento de legislaciones nacionales en defensa de la naturaleza abierta, distribuida e innovadora de Internet: el Marco Civil de Internet. Este estudio de caso pretende narrar de qué modo ese grupo de la sociedad civil, utilizando una serie de mecanismos de deliberación, convocatoria y articulación online –pero también de mucho trabajo offline– fue capaz de consensuar con gobiernos, parlamento, y enfrentarse a diferentes intereses para tener éxito en su intento; que en este caso, consistió en la elaboración de una legislación avanzada de defensa de los derechos del ciudadano en el ciberespacio.

Esta historia comienza en el año 2007. Siguiendo una tendencia internacional (Ley Sinde en España, Ley Hadopi en Francia, entre otras legislaciones de la Unión Europea), el Congreso Nacional pasó a analizar el proyecto de ley presentado por el Senador Eduardo Azeredo (PSDB), que tipificaba penas criminales asociadas al mundo virtual. El problema residía en que, de acuerdo a la evaluación de varios ciberactivistas, el proyecto incluía veladamente en su redacción fuertes amenazas a la naturaleza abierta de Internet, lo que generó la inmediata reacción pública de dichos actores. Aún frente a las protestas, la "Lei Azeredo", que había sido propuesta en 1999, caminaba a paso firme hacia su aprobación.[56] El proyecto de ley (PL 84/99) proponía el establecimiento de una legislación que, para sus opositores, criminalizaba diversas actividades de los internautas.[57] Los especialistas críticos del proyecto aducían que la "Lei Azeredo"

56 Bautizada así en razón de su proponente y más acérrimo defensor, el diputado Eduardo Azeredo (PSDB – Minas Gerais).

57 Lemos, 201.

pretendía transformar prácticas cotidianas, como la de transferir temas musicales desde un Ipod nuevamente al computador, en crímenes pasibles de pena de prisión.[58] Con una redacción altamente restrictiva y punitiva, consideraba como criminales, entre otras conductas, al desbloqueo de un celular efectuado por su propietario, con el objeto de transferir el aparato de una operadora a otra.[59]

La tramitación del PL (Proyecto de Ley) derivó en una intensa manifestación de la sociedad civil, incluyendo a académicos y juristas. En alusión al "Acto Institucional nº5" de la Dictadura Militar, aprobado en diciembre de 1968, medida que restringió drásticamente los derechos de los ciudadanos durante los "años de plomo", el citado PL fue apodado "el AI-5 digital". Los ciberactivistas crearon por entonces un petitorio online[60] (en una época en la que Avaaz aún no existía) para movilizar a los ciudadanos y reaccionar en contra del proyecto.[61] El petitorio fue un éxito, habiendo conseguido reunir más de 150 mil firmas, concentrando la atención de la opinión pública en el problema y provocando la reacción de varios congresistas, que convocaron a la primera audiencia pública para debatir el AI-5 Digital.

En ese momento, la red de ciberactivismo se auto-convoca para promover la reacción en contra del proyecto. Fluyeron análisis y textos críticos, compartidos en blogs y en las herramientas de las redes sociales, en particular en Twitter, que por entonces era utilizado casi exclusivamente por *nerds* y *geeks* en general. En 2008 nace la campaña "Mega Não"[62] (Mega No), agrupando a una vasta y diversificada red de activistas. Esa campaña fue la responsable de innumerables acciones de movilización digital, pero también de protestas offline,

58 Silveira, 2014.

59 Abramovay, 2014. Lemos, 2014.

60 En el portal www.petitiononline.com, que ya no se encuentra activo.

61 El petitorio online fue creado por André Lemos, profesor de Comunicación en la Universidad Federal de Bahía (UFBA); João Caribé, activista digital; y Sergio Amadeu, sociólogo y defensor del software libre en Brasil (Ferreira, 2014 #893).

62 https://meganao.wordpress.com/o-mega-nao/

como una *flashmob* (manifestación relámpago) en la Avenida Paulista, en San Pablo, y también forzó la realización de nuevas audiencias públicas en Brasilia, tal como la realizada en noviembre de 2008, momento en el cual ya era posible observar a numerosos sectores del gobierno federal con posturas contrarias al proyecto de ley, manifestándose partidarios de una legislación de defensa de los derechos de los internautas.[63]

En abril de 2009, diferentes grupos de la sociedad civil organizada de Río Grande do Sul, incluyendo al Partido de los Trabajadores (PT), a sindicatos y a la Asociación de Software Libre, responsable de la organización del Festival Internacional del Software Libre, envían una carta al Ministro de Justicia, exigiendo la interrupción de la tramitación de la "Lei Azeredo".[64] En junio del mismo año, una articulación de estos activistas con el gabinete presidencial consigue garantizar la presencia del por entonces presidente Luiz Inácio Lula da Silva en la 10º edición del FISL, en Porto Alegre, en donde estarían reunidos los principales agentes de la sociedad civil para la defensa de una Internet libre. Acompañado por quien por entonces se desempeñaba como Ministra-Jefe de la Casa Civil, Dilma Rousseff, y por el Ministro de Justicia, Tarso Genro, Lula discurre sobre el descontento de la sociedad y reconoce el riesgo de que la "Lei Azeredo" consiga promover la censura online.[65]

Más allá de la oposición a la "Lei Azeredo", los ciberactivistas también advertían sobre la inexistencia de un marco legal que amparara a los usuarios de Internet en el país. Dicho vacío legal permitía que cada juez tratase casos relativos a la red de forma discrecional, contradiciendo en numerosas oportunidades la posición asumida en casos similares por otros colegas. En dicho momento, comienza a ganar fuerza entre varios activistas la idea de la elaboración de un marco legal para Internet, algo que el Presidente Lula defiende también en su discurso en el FISL:

63 Góes, 2008. Sampaio, 2013.

64 Ferreira, 2014.

65 Abramovay, 2014; Ferreira, 2014.

> "Esta ley que está ahí, esta ley ahí, no busca corregir abusos en Internet. En realidad, pretende censurar. Lo que nosotros precisamos, compañero Tarso Genro, quién sabe, sea cambiar el Código Civil; quién sabe, sea cambiar cualquier cosa. Lo que nosotros precisamos es responsabilizar a las personas que trabajan con la cuestión digital, con Internet. Se trata de responsabilizar, no de prohibir, ni de condenar." (LULA, 2010)

En ese momento, le es encargada al Ministerio de Justicia la elaboración de una propuesta de un marco de derechos civiles para la reglamentación de Internet en Brasil.[66] La Secretaría de Asuntos Legislativos del Ministerio de Justicia, por entonces bajo el comando de Pedro Abramovay (que habría de convertirse en director de Avaaz en Brasil entre marzo de 2012 y julio de 2013), establece una alianza con el Instituto de Tecnología y Sociedad de la Fundación Getúlio Vargas (FGV) para una consultoría con el fin de la elaboración de un nuevo proyecto de ley.[67] Surge, entonces, la idea del proceso de colaboración y deliberación online del Marco Civil de Internet, a construirse de manera transparente, abierta y en red, convocando a la sociedad civil ciberactivista para la redacción de una ley en red.[68]

En 2009, el Ministerio de Cultura había creado el Foro de la Cultura Digital Brasileña, y desarrollado para su articulación el primer portal de red social orientado a la construcción de políticas públicas (www.culturadigital.br). En razón de ese trabajo, el MinC y sus colaboradores fueron invitados a contribuir con la plataforma tecnológica del Marco Civil, a cargo del Ministerio de Justicia, con consultoría de la Fundación Getúlio Vargas. Ese equipo de técnicos de la cultura digital desarrolla entonces la plataforma y la hospeda en el dominio electrónico www.culturadigital.br/marcocivil. En este caso, es importante des-

66 Lemos, 2014.

67 Contó también con el apoyo del Ministerio de Cultura (MinC) y del Ministerio de Relaciones Exteriores {Steibel, 2014}

68 www.culturadigital.org/marcocivil

tacar que la red CulturaDigital.Br pretendía constituirse en una nueva forma de producción de políticas públicas, con procesos de discusión abiertos, y era mantenida por un consorcio público-privado innovador, que involucraba al Ministerio de Cultura, a la "Rede Nacional de Ensino e Pesquisa" (RNP, Red Nacional de Enseñanza e Investigación) y a la Casa de la Cultura Digital. Sin dudas, se trata de un caso importante de innovación ciudadana.

El debate y redacción de la propuesta a través de la plataforma se llevó a cabo en dos etapas. En el primer ciclo de consultas, el debate se concentró en escuchar la postura de los internautas acerca de los principios que deberían reglamentar Internet en Brasil. Una vez recibida la primera serie de contribuciones, los equipos del MJ y de la FGV se abocaron a la elaboración de un documento ("*whitepaper*") que consistió en una antepropuesta de ley, nuevamente sometida a discusión, tópico por tópico, en la segunda ronda de consulta virtual. El Ministerio de Justicia mantuvo la responsabilidad de la coordinación y elaboración final de la propuesta del Marco Civil, y así lo hizo, al finalizar el período establecido.

La idea de la utilización de una plataforma virtual concitó una enorme atención internacional, aunque también cierta desconfianza entre algunos sectores del activismo. El objetivo de la plataforma creada en colaboración entre hackers y abogados era el de crear un ámbito interactivo para la formulación de una propuesta por parte de la sociedad. Un modelo que expandiese el proceso de deliberación y le pusiera fin al tradicional (y poco democrático) proceso decisorio a puertas cerradas. La iniciativa recibió el apoyo de innumerables grupos progresistas, aunque también recibió críticas de parte de sectores que ya se habían movilizado en contra de la "Lei Azeredo". Según Steibel, la resistencia está relacionada con la propuesta de la Plataforma, que fue considerada *top-down*, en tanto que la movilización contra la "Lei Azeredo" se había inspirado en una acción *bottom-up*.[69] Dicha resistencia puede constituirse en una de las justificaciones de la baja adhesión de participantes durante la primera fase de

69 Steibel, 2014

la consulta. Además de ello, la escasa diversidad y representatividad de grupos en el debate sugiere que sólo especialistas en el área, con alto grado de conocimiento, fueron quienes se involucraron en la fundamentación del Marco Civil.[70]

Vale destacar, sin embargo, que la herramienta del Marco Civil es considerada pionera entre las tecnologías de participación digital en Brasil. Inspirada en el modelo de lo que dio en llamarse Web 2.0, fue desarrollada con el software facilitado por Wordpress (en realidad se utilizó una variante llamada BuddyPress, para redes sociales), integrando blog, RSS Feed y otras redes sociales como Twitter. En busca de mayor cantidad de contribuciones calificadas para el proceso, el equipo responsable de la consulta hizo un mapeo online de contribuciones recibidas en otras plataformas, y las incluyó en su versión final de síntesis de tales colaboraciones, recolectadas de perfiles de Twitter y de blogs de activismo. Ese material ayudó en la elaboración del *White Paper* que fue puesto nuevamente en discusión en la segunda fase del proceso.

La segunda fase del proceso colaborativo de redacción del Marco Civil resultó marcada por disputas más tensas entre los diferentes agentes vinculados. Cabe destacar aquí que el proceso asumió características de transparencia pocas veces vistas en consultas públicas. Todas las contribuciones realizadas por la totalidad de los participantes podían observarse en tiempo real. Y aún más importante, el Ministerio de Justicia impidió cualquier posibilidad de que grupos con intereses creados pudieran interferir en la discusión a través de propuestas "ocultas" (es decir, aquellas que no constaban en la plataforma online). Cuando la asociación de proveedores de servicios de Internet o la Policía Federal intentaron articular propuestas "por fuera" de la red, en contactos directos con el Ministerio de Justicia, los administradores los exhortaron a dar curso a sus propuestas a través de la plataforma,[71] explicándoles que, de otra manera, no habrían de gozar de consideración alguna. De esa manera, esta segunda fase

70 Según Sampaio *et al*, los participantes fueron 130, siendo que casi la tercera parte de los mensajes fueron enviados por solamente dos individuos (Sampaio, 2013).

71 Abramovay, 2014.

de la movilización consiguió hacerse con la confianza de diferentes sectores, como el parlamentario, el académico, el de los juristas y el de los miembros de la sociedad civil. Como resultado, la plataforma acabó recibiendo más de 2.000 contribuciones, que fueron procesadas y anexadas al documento final, el cual fue remitido al Congreso Nacional en 2011.

Comienza entonces la etapa legislativa del Marco Civil, en la cual las innovaciones del proceso pasan a un segundo plano y son sometidas a la tramitación poco transparente propia del parlamento brasileño. En función de los numerosos intereses opuestos a la legislación, y aún con la sociedad civil en constante vigilancia por su aprobación, el Marco Civil permaneció "encajonado" hasta junio de 2013, momento en el cual el exmiembro de la National Security Agency (NSA) de los Estados Unidos, Edward Snowden, revela acciones de espionaje del gobierno brasileño, específicamente de parte de la Presidente de la República, lo que genera una amplia repercusión en el país.

En aquel momento, tal como lo destacara Ronald Lemos, "la propuesta más seria y completa de reacción por parte del Estado Brasileño consistía en el Marco Civil de Internet". La movilización por la aprobación de la legislación fue retomada por la sociedad civil, pero la inminente aprobación del proyecto hizo que los grupos privados con intereses en el tema actuaran para realizar alteraciones a la propuesta. En el foco del *lobby* de la industria de las telecomunicaciones estaba la neutralidad de la red. La reacción del sector privado generó una inédita cohesión entre los ciberactivistas brasileños, que pasaron –aún con críticas puntuales al PL– a defender la redacción del Marco Civil remitida al Congreso por el gobierno brasileño.

Comienza entonces en esa época una nueva etapa de discusión pública en torno al proyecto, con una amplia movilización de la opinión pública a través de las redes sociales, destacándose nuevamente Facebook. Se crearon diversas campañas, peticiones online, videos y "memes" al respecto del Marco Civil de Internet. Diversas organizaciones de la sociedad civil, más allá de los ciberactiistas, se comprometieron en dicho proceso, como la Central Única de los Tra-

bajadores[1], entidad que actúa como confederación de los gremios brasileño y el Instituto de Defensa al Consumidor (IDEC). Grupos nuevos, que ni siquiera existían al comienzo de las movilizaciones en 2007, se sumaron a la lucha, como "Meu Rio" (Mi Río). La red de acción local impulsó a sus miembros a defender la Internet libre, por entender que algunos principios como el de la neutralidad de la red eran de fundamental importancia para asegurar los derechos de sus integrantes y de la sociedad.

La presión por la aprobación, proveniente de diferentes sectores sociales, ciertamente favoreció la aprobación del Marco Civil de Internet en ese mismo mes (aunque no sin pequeñas alteraciones a la propuesta original).[72]. El Marco Civil de Internet, aprobado en el Senado y sancionado por la Presidente de Brasil en abril de 2014, está considerado una de las leyes más avanzadas del mundo en lo tocante a la garantía de los derechos civiles en la red.[73] La reglamentación de la ley se encuentra actualmente abierta al debate público, a través del mismo portal y en los mismos términos utilizados para su elaboración.[74]

Identificamos en la experiencia del Marco Civil tres momentos distintos de movilización: (1) *advocacy* para su creación; (2) deliberación online para la formulación de la ley; (3) *advocacy* para la aprobación. En el primer momento, la reacción de la sociedad civil contra una propuesta de ley que fomentaba la censura fue esencial para generar la demanda de un marco que representara a la sociedad. Es válido recordar la petición pública que ya por 2008 consiguiera más de 150 mil firmas. En el segundo momento, de características más técnicas, la adhesión del público en general fue más baja, siendo que quienes se concentraron en el proceso de construcción del proyecto de ley fueron los estudiosos del tema y los grupos interesados. Si la metodología aplicada no consiguió

---

72 Para que fuese aprobada en la Cámara de Diputados, el redactor Alessandro Molon tuvo que incorporar al proyecto algunos mecanismos relativos a la privacidad.

73 Silveira, 2014.

74 Portal La consulta se encuentra en su segunda fase, y está disponible a través del portal http://culturadigital.br/marcocivil/debate/

obtener una respuesta representativa del conjunto de la sociedad, en un plano paralelo, debe reconocérsele el haber resultado ejemplar en su aspecto participativo y colaborativo. En el tercer momento, la sociedad civil, con el refuerzo de un gran número de nuevos actores, pasó a utilizar intensivamente Internet para, una vez más, convocar a la opinión pública en favor de la propuesta, e impedir que los intereses corporativos la desvirtuasen. Cuando el proyecto de ley del Marco Civil fue votado y aprobado por el Congreso, estaba siendo realizado en San Pablo un evento de gobernanza de Internet, llamado Arena NET Mundial. En razón de ello, muchos de los activistas que trabajaron fuertemente por la promulgación de esa legislación se encontraban reunidos y pudieron festejar esa importante victoria del ciberactivismo.

5. Consideraciones finales

Al sumergirnos de lleno en estos tres casos, hemos confirmado la hipótesis de que la política contemporánea está marcada por la modulación online/offline de un modo tal en el que ya no es posible determinar dónde es que esas dos dimensiones comienzan y terminan. En la actualidad, a través de ambas modulaciones, estas dos dimensiones de la realidad se funden, generando un nuevo entorno sociopolítico y cultural, lo cual indica una profunda transformación de la esfera pública y del activismo. En particular, vale destacar la transición de las formas de organización tradicional de la sociedad civil, que comienzan a abrirle espacio a un modelo de activismo en red. Las referencias teóricas expresadas más arriba nos ayudan a comprender que la política requiere de nuevas habilidades y capacidades, tales como el dominio de las herramientas de comunicación virtual, la gestión y articulación de redes sociales y la capacidad de producción de relatos simbólicos, propios del medio digital; que consigan concitar el compromiso de los ciudadanos (organizados o no). En dicho sentido, tejer redes y desarrollar la autocomunicación masiva es el modo principal de

obtener poder en el ámbito público interconectado, algo que los activistas digitales, sean ellos los organizadores de Avaaz, de la "Mídia NINJA" o del Marco Civil, han demostrado saber muy bien cómo hacer.

Estos actores, en su accionar, también dejan una serie de preguntas abiertas, que nos inducen a pensar en las transformaciones de la esfera pública en el marco digital. Tales cuestionamientos deben ser entendidos como apuntes sobre los desafíos que debemos superar para fortalecer la democracia en Brasil.

Proceso x resultado: ¿Qué entrega como resultados esta nueva forma de política basada en la modulación offline/online? ¿Qué caminos recorre para obtenerlos? Tomando a Avaaz como ejemplo, ya tenemos cómo reflexionar sobre los alcances y límites de la "participación virtual", no sólo en lo que se refiere a la eficacia relativa de los "abajo firmantes", sino, particularmente, de los desafíos a superar para avanzar en la constitución de un modelo democrático de organización de la sociedad civil. ¿En qué medida una organización como Avaaz consiguió crear un modelo de gobernanza que no se encuentre en manos de un pequeño núcleo organizador, tal como sucede en las ONGs clásicas? Y en los casos en que se abre a una participación amplia, ¿cómo asegurarse de que sus principios se mantengan, como lo demuestra el controversial caso del pedido de *impeachment* de Dilma Rousseff, que fue justamente el que alcanzó mayor número de apoyos en una campaña de Avaaz Brasil? Debemos retomar aquí una cuestión de larga data en el campo del activismo, que es la dicotomía proceso-resultado. Algo que aún está abierto, pero que se muestra como de extrema importancia cuando se constata el nivel de desgaste de las formas tradicionales de participación política.

Cuál es la agenda: Las protestas de junio, así como las manifestaciones de oposición a la Presidente Dilma Rousseff y al Partido de los Trabajadores, poseen una característica en común: no proponen una agenda o una alternativa política. Los manifestantes, en vez de movilizarse para solicitar cambios estructurales, parecen querer recurrir a las protestas para obtener resultados *quick fix* a sus demandas. Krastev describe a este tipo de protesta de la siguiente manera:

"A los manifestantes les gusta estar juntos, les gusta luchar juntos, pero ellos no cuentan con un proyecto colectivo. Se trata sólo de una revolución generada a partir de la indignación y liderada por la esperanza de que todos caigan en la tentación de participar."[75]

La falta de liderazgos y el propio rechazo a la representación política u organizacional por parte de muchos de los activistas puede resultar en la falta de capacidad para encaminarse hacia la obtención de resultados concretos. Una cuestión que surge de esto es si la vasta gama de herramientas digitales, incluyendo a las redes sociales, ampliamente utilizadas en la convocatoria de los manifestantes a las calles, pueden ser usadas para darle mayor unidad al movimiento. O inclusive, si no sería la ocasión apropiada para buscar, por sobre todo, el desarrollo de innovaciones que puedan cumplir el papel de fortalecer la producción de articulaciones más programáticas, contribuyendo de esa manera al avance de la democracia.

La centralidad y los límites de Facebook: Los tres estudios de caso comprueban el rol central de Facebook en las acciones de movilización, información y articulación. A pesar de que hemos notado que cada una de las agrupaciones analizadas hizo un uso específico de esa red social, puede afirmarse que Facebook fue el principal canal de difusión de causas y movilización de personas durante el Marco Civil, las protestas de junio, y lo sigue siendo aún para las campañas de Avaaz.

Tomando el caso de la "Mídia NINJA", Facebook es utilizado como uno de sus principales canales de difusión para la información producida. A través de la red social, los NINJA consiguieron hacer llegar su periodismo independiente a un público caracterizado por su diversidad. La herramienta, sin dudas, facilita mucho la viralización, toda vez que concentra a un enorme número de usuarios y dispone de mecanismos muy sencillos para compartir la información. En el caso de la articulación en torno de la construcción y aprobación del Marco Civil

75 Krastev, 2014.

en el Senado y en las campañas de Avaaz, Facebook fue una herramienta de suma utilidad para la dinámica de convocatoria y participación.

Por otra parte, si tomamos como referencia al proceso ocurrido durante las protestas de junio, en el cual el uso de Facebook fue en extremo intensivo, podemos identificar algunas limitaciones de esa herramienta. Es cierto que sus configuraciones tecnológicas, cuando son aplicadas a determinados contextos, pueden exacerbar diferencias y generar fricciones. Un estudio sobre el funcionamiento de los algoritmos que controlan el "feed de noticias" de los usuarios reveló que las fórmulas utilizadas tienden a mostrar "más noticias que reflejen aquello que pensamos, y reducir nuestra exposición a aquello con lo cual no estamos de acuerdo".[76] En razón de lo dicho, cabe afirmar que se crean barreras impidiendo la aproximación entre individuos que tienen "puntos de vista distintos".

El *filter bubble* de Facebook se puso en evidencia durante las elecciones de 2014 en Brasil. Los posteos y "discusiones" en Facebook parecen haber impedido el desarrollo de un debate informado, induciendo a la radicalización de los discursos entre las diferentes partes. Paralelamente, existen fuertes indicios de que esta dinámica determinó una menor interacción social, causando también muchos enfrentamientos y alejamientos entre individuos y dentro de los grupos de discusión.

Durante las protestas de junio, Facebook parece no haber contribuido como plataforma de deliberación y colaboración en la construcción de agendas. Tampoco para la articulación de vínculos más sólidos en torno de agendas en común. Las diversas pautas y banderas levantadas por los manifestantes se disiparon en promesas y acciones puntuales (muchas de ellas reversibles). Y los éxitos obtenidos, como la revocación del aumento de las tarifas de transporte en las principales ciudad del país, no se consolidaron, observándose aquí que en los años siguientes se aplicaron los aumentos sin ningún tipo de movimiento en contrario.

76 Lemos, 2015.

<u>Online y offline en la constitución de las redes.</u> El caso del Marco Civil guarda sus particularidades. El debate que antecedió la promulgación de la ley en defensa de los derechos de los ciudadanos en el contexto digital muestra un modelo diferente de ciberactivismo, construido a partir de la actuación de personas y organizaciones con calificación específica para intervenir de manera informada en el debate e incidir en la redacción de una legislación.

A partir de esa experiencia, extrajimos al menos dos grandes lecciones: (1) la acción online y offline, cuando está articulada en base a un equilibrio, es auténticamente potente. La colaboración entre la sociedad civil organizada, un gobierno abierto al diálogo y dispuesto a liderar la agenda, y un grupo cohesionado de especialistas (reunidos por la Fundación Getulio Vargas) determinó una dinámica virtuosa; (2) cuando se trata de elaborar una propuesta convenientemente informada, una inmensa cantidad de participantes no se configura como el elemento decisivo. Se trata, sobre todo, de incluir en el debate a personal calificado para argumentar. Eso no impide que, mediante un debate informado y participativo, los legos puedan desarrollar capacidades para ofrecer su contribución. Los diferentes intereses y posiciones de la población consiguen obtener mayor influencia decisoria si se ven transformados en propuestas concretas. Dicho proceso tiene mayores posibilidades de desarrollarse si es llevado a cabo por un grupo cohesivo (y por eso, pequeño) de personas. No se trata de contraponer ese modelo al de campañas de "grandes números", incluso porque aún siendo diferentes, son fundamentalmente sinérgicos (hay un momento en el Marco Civil en el cual, con la propuesta elaborada, lo fundamental era ganar la adhesión del mayor número de personas en su defensa). En el caso del Marco Civil, lo más interesante es que todas las etapas del proceso se reflejaron en la red, de diferentes maneras. En la primera etapa, se elaboró una propuesta de ley en red, mediante la deliberación online. Al momento del trámite del proceso legislativo, de igual manera, se ejerció presión social sobre el parlamento.

<u>Un largo camino:</u> Lo que las experiencias analizadas nos indican es que no existe un único formato de ciberactivismo capaz de responder a los variados

temas que se ponen en consideración participativa en una sociedad democrática. La creación de una nueva relación entre los partidos políticos y el mundo virtual, la educación cívica, la promoción del diálogo entre posturas diversas, la reflexión crítica, la participación en la elaboración de propuestas de gobierno, entre tantos otros temas, habrán de exigir el desarrollo de nuevos instrumentos, aliando innovación en el mundo virtual a la articulación offline. Las transformaciones necesarias deben tener incidencia en un plano que alcance desde el sistema escolar hasta las instituciones políticas. Existe, mientras tanto, un movimiento en pro de hacer que Internet se mantenga libre y abierta, con el objeto de que las tendencias de colonización del ciberespacio por parte de intereses económicos y antidemocráticos no alcancen sus fines. El crecimiento exponencial de unas pocas corporaciones que concentran la atención de los internautas y las acciones de vigilancia por parte de las naciones más desarrolladas, particularmente de parte de los Estados Unidos, debe ser objeto de atención de los defensores de la democracia, considerando que dichos actos pueden impedir que Internet haga efectivo su potencial emancipador y se convierta en un instrumento de control de los ciudadanos. Reconociendo los límites que el mundo online tiene para la construcción de consensos, ciertamente la arquitectura de las redes sociales propietarias, como Facebook, han exacerbado las dificultades, creando barreras que impiden la aproximación entre individuos con visiones diferentes.

Las transformaciones determinadas por la cultura digital pasan a exigir capacidad de innovación de la sociedad civil organizada que, salvo en raras y excepcionales ocasiones, hasta el momento se ha mostrado menos dinámica que las empresas privadas o el Estado. De ahí la importancia de la inversión en iniciativas de innovación ciudadana, que fortalezcan la cohesión social y colaboren en el enfrentamiento de las restricciones impuestas por el mercado y en el control de los ciudadanos por parte de estados antidemocráticos.

6. Bibliografía y fuentes citadas

Abramovay, P. (2014). O Marco Civil e a política dos netos. *Brasil Post* [Online], 19/02/2014. Available: http://www.brasilpost.com.br/pedro-abramovay/o-marco-civil-e-a-politic_b_4810634.html [Accessed 01/06/2015].

Abramovay, P. (2015).Entrevista pessoal em 05/02/2015. Rio de Janeiro. [Audio recording in possession of author].

Álvares, D. (2013). 74% dos Brasileiros querem a renuncia de Renan, mostra pesuisa Ibope. *Estadão* [Online], 08/03/2013. Available: http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,74-dos-brasileiros-querem-renuncia-de-renan-mostra-pesquisa-ibope,1006121 [Accessed 04/05/2015].

Avaaz.org. (2015a). *Highlights: Brazil: "Ficha Limpa"* [Online]. Available: http://www.avaaz.org/en/highlights.php [Accessed 07/06/2015].

Avaaz.org. (2015b). *Quem Somos* [Online]. Available: http://www.avaaz.org/po/about.php [Accessed 19/02/2015].

Brant, J. (2014). Política e Comunicação nas Jornadas de Junho: Uma análise sobre os protestos de junho de 2013 no Brasil e sua relação com as mídias tradicionais e com a Internet. Ford Foundation.

Cadwalladr, C. (2013). Inside Avaaz – can online activism really change the world? *The Guardian* [Online], 17 November 2013. Available: http://www.theguardian.com/technology/2013/nov/17/avaaz-online-activism-can-it-change-the-world [Accessed 26/12/2014].

Capilé, P. (2015). Interview with the author on 11/02/2015. Rio de Janeiro. [Audio recording in possession of author].

Costa, A. J. d. F. (2014). *A Avaaz como Ferramenta de Mediação das Causas Sociais na Rede.* Graduação, Universidade de Brasília.

Ferreira, J. N. (2014). Building the Marco Civil: A Brief Review of Brazil's Internet Regulation History. *In:* Biddle, E. R., Lemos, R. & Price, M. (eds.) *Stakes are High: Essays on Brazil and the Future of the Global Internet* Internet Policy Observatory.

G1. (2013). Inquérito diz que manifestante preso no Rio não portava coquetel molotov. *G1* [Online], 24/07/2013. Available: http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2013/07/inquerito-diz-que-manifestante-preso-no-rio-nao-portava-coquetel-molotov.html [Accessed 14/03/2015].

Góes, P. (2008). Brasil: Protesto relâmpago contra a Lei Azeredo. *Global Voices* [Online]. Available from: http://pt.globalvoicesonline.org/2008/11/16/brasil-protesto-relampago-contra-a-lei-azeredo/%5D.

Kavada, A. (2010). Activism Transforms Digital: The Social Movement Perspective. In: JOYCE, M. (ed.) Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change. New York, NY: International Debate Education Association.

Krastev, I. (2014). *Democracy Disrupted: The Politics of Global Protest*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Lemos, R. (2014). O Marco Civil como símbolo do desejo por inovação no Brasil. *In:* Leite, G. S. & Lemos, R. (eds.) *O Marco Civil da Internet*. Rio de Janeiro: Atlas.

Lemos, R. (2015). Precisamos falar dos algoritmos. *Folha de São Paulo* [Online], 19/05/2015. Available: http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/precisamos-falar-dos-algoritmos/ [Accessed 20/05/2015].

Mídia NINJA. *Quem Somos* [Online]. Available: https://ninja.oximity.com/partner/ninja/about [Accessed 05/06/2015 2015].

Movimento Passe Livre (2013). Roda Viva: Entrevista com o Movimento Passe Livre. [audiovisual]. Available: https://http://www.youtube.com/watch?v=V6T-EavCiRE [Accessed 17/04/2015].

Nasi, L. (2013). *Ativismo mediado na rede Avaaz: os limites de um modelo informacional.* Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Nassif, L. (2013). Avaaz, golpe ou verdade? *Luís Nassif Online* [Online]. Available from: http://jornalggn.com.br/blog/luisnassif/avaaz-golpe-ou-verdade? 2015].

Nunes, R. (2013). Juin N'est Pas Fini. *Les Temps Modernes: Brésil 2013 l'année qui ne s'achève pas*, 678. 4-23.

Ortellado, P. (2013a). L'antiparti: Autonomie et stratégie dans le "movimento Passe Livre". *Les Temps Modernes: Brésil 2013 l année qui ne s achève pas*, 678. 24-36.

Ortellado, P. (2013b). Pablo Ortellado: experiência do MPL é aprendizado para o movimento autônomo não só no Brasil como no mundo. Available from: http://coletivodar.org/2013/09/pablo-ortellado-experiencia-do-mpl-e-aprendizado-para-o-movimento-autonomo-nao-so-do-brasil-como-do-mundo/ 22/02/2015].

Passarinho, N. (2014). ONG entrega 340 mil assinaturas de apoio à votação do Marco Civil. *G1* [Online], 25/03/2014. Available: http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/03/ong-entrega-340-mil-assinaturas-de-apoio-votacao-do-marco-civil.html [Accessed 13/06/2015].

Pinto, R. A. d. M. (2014). Ciberativismo e a Avaaz: petições públicas online como forma de e-participação, paper presented at Anais do V Seminário Nacional Sociologia & Política, Curitiba, PR, 14, 15 e 16 de maio de 2014.

Sampaio, R. C., Bragatto, R. C. & Nicolás, M. A. (2013). Inovadora e democrática. Mas e aí? Uma análise da primeira fase da consulta online sobre o Marco Civil da Internet. *In:* V Congresso da Compolítica, 8 a 10 de maio de 2013 2013 Curitiba, PR.

Savazoni, R. (2014). *Os novos bárbaros: a aventura política do fora do eixo.* Rio de Janeiro: Aeroplano Editora.

Segurado, R. (2011). Entre a regulamentação e a censura do ciberespaço. *Ponto-e-virgula*, 9. 52-70.

Silveira, S. A. d. (2014a). Marco civil e a proteção da privacidade. (158) Available: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542014000400008&lng=pt&nrm=iso

Silveira, S. A. d. (2014b). Sérgio Amadeu: Marco Civil corre perigo com Aécio. *Portal Forum* [Online], 13 outubro 2014. Available: http://www.revistaforum.com.br/blog/2014/10/sergio-amadeu-com-aecio-conquistas-marco-civil-estao-em-perigo/ [Accessed 22/05/2015].

Singer, A. (2013a). Brasil, junho de 2013: Classes e ideologias cruzadas. *Novos Estudos - CEBRAP*. (97) 23-40.

Singer, A. (2013b). Classes e ideologias cruzadas. *Brasil de Fato* [Online], 10/12/2013. Available: http://www.brasildefato.com.br/node/26944 [Accessed 24/03/2015].

Sorj, B, (2014). Entre o local e o global. *In:* FigueiredO R. (org), Junho de 2013 – A sociedade enfrenta o Estado. São Paulo: Summus Editorial.

Steibel, F. (2012). Ferramentas web 2.0 e o design de consultas públicas online: o caso do Marco Civil Regulatório. *In:* Anais da XXI Compós, Junho 2012 2012 Juiz de Fora. 1-16.

Steibel, F. (2014). O portal da consulta pública do Marco Civil da Internet. *In:* Leite, G. S. & Lemos, R. (eds.) *O Marco Civil da Internet.* Rio de Janeiro: Atlas.

Wikipedia. Centro de Mídia Independente. Available: http://pt.wikipedia.org/wiki/Centro_de_M%C3%ADdia_Independente [Accessed 05/06/2015]

Chile

Rayén Condeza[1]
Marcelo dos Santos
Alonso Lizama
Paz Vásquez

1. Introducción

2. Acceso, uso y marco jurídico de internet en Chile

3. Estudio de casos

3.1 Estudiantes movilizados por la educación 2011

3.2 No Alto Maipo

3.3 Nueva constitución, proceso constituyente

4. Conclusiones

5. Bibliografía y fuentes citadas

1 Rayén Condeza (PhD) es profesora e investigadora de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC) y directora del Magister en Comunicación social, mención Comunicación y Educación. Marcelo dos Santos es becario en el Doctorado en Ciencias de la comunicación PUC, por la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología (Conicyt-Chile). Alonso Lizama, historiador PUC estudia Periodismo para licenciados PUC. Paz Vásquez, licenciada en Artes y Humanidades (PUC) es Magister en Prensa escrita de la misma universidad.

1. Introducción

En este capítulo se exploran las transformaciones recientes del espacio público en Chile a través del análisis de dos casos de acción colectiva (las movilizaciones estudiantiles de 2011 y el movimiento ciudadano contra las centrales hidroeléctricas de Alto Maipo) y de un caso de participación ciudadana en torno al proceso constituyente para una nueva carta fundamental para Chile anunciado el año 2015, todos protagonizados por distintos actores de la sociedad civil, que en su actuar articulan los espacios y las lógicas de acción online y offline, desde una acción colectiva a una acción conectiva (Bennet & Segerberg, 2012; Hopke, 2015).

La movilización estudiantil de 2011 simboliza la voluntad de cambiar una de las principales desigualdades experimentada directa y cotidianamente por los chilenos. En efecto, no es casual que desde 2006, con el hito de la *Revolución Pingüina* demandando la calidad y la gratuidad de la educación, esta haya estado en el centro de las demandas de diversos actores de la sociedad civil. Para Puga (2011), la estratificación de la educación en Chile es un mecanismo de reproducción de la desigualdad social, en el contexto de un acelerado crecimiento económico. Además, la participación social de los estudiantes chilenos ocurrió en un contexto de alta desafección con los partidos políticos tradicionales que se experimenta en Chile y en América Latina desde 1990 (Schuster, 2008), afectando en particular a los jóvenes.

El segundo caso, las movilizaciones ciudadanas en contra del desarrollo del proyecto hidroeléctrico Alto Maipo, emplazado en la cordillera de los Andes, en la Región Metropolitana, se suma a una problemática anterior: la privatización de los servicios sanitarios básicos, entre los cuales un recurso fundamental como el agua, cuyo abastecimiento para millones de santiaguinos se está viendo afectado en el caso de Alto Maipo. Este proyecto se enmarca en un escenario de sobreexplotación de las aguas en gran parte de las cuencas del país, sobre todo en las regiones norte y centro, para soste-

ner faenas extractivas otras que la agricultura, como la minería (Mundaca, 2015). La principal organización aquí analizada en torno a la construcción de las hidroeléctricas de paso en ese lugar es la Coordinadora ciudadana Ríos del Maipo, (www.riosdelmaipo.cl), que además de organizar iniciativas en el espacio off line y de contar con la plataforma web emplea Facebook y Twitter.

En cuanto al tercer caso, el anuncio de un proceso constituyente el 2015 para una nueva constitución, valga recordar que Chile está regido por la Constitución de 1980, creada sin Congreso durante la dictadura militar. Tras la recuperación de la democracia fueron realizadas algunas reformas, pero siguen vigentes enclaves autoritarios originales. El espectro político de centro-izquierda y una parte de la centro-derecha la consideran ilegítima. La presidenta Michelle Bachelet anunció el 13 de octubre de 2015 por cadena nacional de radio y televisión, en horario de alta audiencia, el inicio del proceso constituyente, una de las promesas de campaña y de los ejes de reformas estructurales de su programa de gobierno, que incluye también las reformas de la educación, tributaria y de salud. Entre sus principales argumentos para impulsar dicho proceso, la primera mandataria sostuvo durante el anuncio al país que "*Chile necesita una nueva y mejor Constitución, nacida en democracia y que exprese la voluntad popular. Una legítima y respetada por todos, que la conviertan en un motor de unidad nacional*". Asimismo que "*el proceso de elaboración de una nueva Constitución ya está en marcha. Partió del momento en que millones de chilenos y chilenas manifestaran en las urnas su voluntad de cambio*". En torno a esta demanda ciudadana puntual, así como al anuncio del proceso constituyente por el gobierno de la Nueva Mayoría se han levantado voces a favor o en direcciones opuestas, así como iniciativas de diálogo, debate y de educación cívica en torno a una carta fundamental para Chile. En torno a ese cambio se analizan distintas experiencias de llegar a definir sus contenidos, que articulan a su vez distintas prácticas de comunicación y de participación offline y online, según afirma Sorj (2015):

"Las experiencias recientes de manifestaciones callejeras en varios países nos indican que cuando analizamos la comunicación política debemos tratar el mundo online y el offline como subsistemas interconectados, donde en el pasaje del uno al otro (re) aparecen los individuos y organizaciones, con sus diferenciales de iniciativa, de poder, de valores y de intereses, que inclusive ya estaban presentes, si bien por veces encubiertos, en el mundo de la Red" (p.15)

2. Acceso, uso y marco jurídico de internet en Chile

De acuerdo al reporte global 2015 sobre tecnologías de información (World Economic Forum, 2015) - cuyo índice mide cómo las economías usan las oportunidades ofrecidas por las tecnologías de información y comunicación para aumentar la competitividad y el bienestar- Chile se sitúa en el lugar 38 entre 143[2], tras avanzar cinco puestos en dicha clasificación.

Las estadísticas de Internet World Stats afirman que en 2014 Chile fue el tercer país con mayor penetración de internet en América Latina (66,5%, cuando el promedio es de 54,7% en la región y en Europa 70%). Otros estudios proyectan que para el 2018 internet superaría el 70% de penetración en Chile[3], aunque de acuerdo al Índice País Digital[4], el primer semestre de 2015 esto ya habría ocurrido (70,2%, de la población usuaria al comparar a Chile con el promedio de los países de la OCDE, un80%). Como se puede apreciar en el gráfico inmediatamente inferior (gráfico 1), al igual que en otros países de América Latina el espacio de crecimiento para el acceso móvil a internet en Chile sigue siendo amplio.

2 World Economic Forum (2015). *Global Information-Technology Report*. http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2015/economies/#economy=CHL

3 http://www.telesemana.com/blog/2015/02/16/estadisticas-internet-en-america-latina-solo-chile-superara-el-70-de-penetracion-en-2018/

4 IAB Chile (2015). Tendencias internacionales en mercados móviles 2015 (Agosto 2015)

Latinoamérica participación (%) de páginas vistas desde diferentes dispositivos en 2014 (Fuente: comScore)

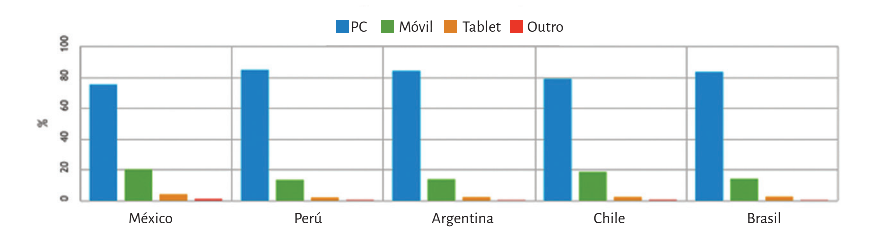


Gráfico 1: Uso de internet en distintos dispositivos en Latinoamérica

Algunas proyecciones de la Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile (Subtel, 2015) apuntan a que en los próximos años se intensifique el aumento de las conexiones móviles 3G en el país, en constante evolución en los últimos cinco años (ver gráfico 2). En efecto, más del 30% de los teléfonos celulares vendidos para la navidad del 2010 fueron teléfonos inteligentes[5].

Conexiones Móviles 3G en Chile

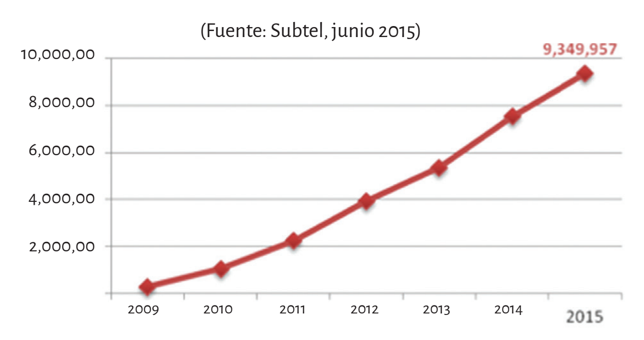


Gráfico 2: Evolución de las conexiones a 3G móviles en Chile en los últimos 5 años

5 http://diario.latercera.com/2011/01/04/01/contenido/negocios/10-55073-9-smartphones-explican-mas-de-30-de-celulares-vendidos-en-navidad.shtml

Asimismo, el mercado de telefonía móvil se ha puesto más competitivo en los últimos 5 años, con el ingreso de nuevos actores al segmento originalmente dominado por solo 3 empresas. Además se ha aprobado la ley de portabilidad, permitiendo cambiar de operadora sin perder su número asociado a partir de enero de 2012, gracias a la ley Nº20.471. Sin embargo, a junio de 2015, los tres principales operadores móviles poseían el 95,3% del mercado de internet móvil 3G+4G. El 50% de las conexiones móviles se sitúa entre 512kbps y 1Mbps. (ver gráfico 3).

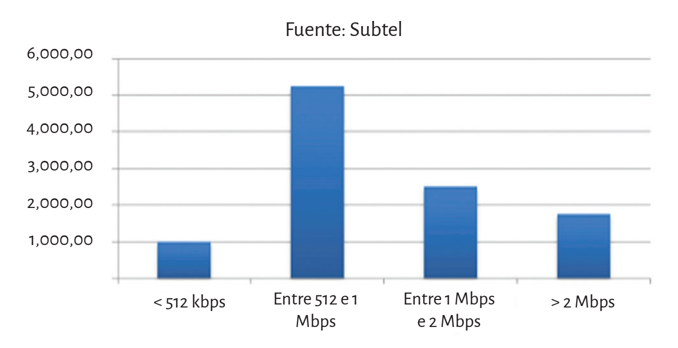


Gráfico 3: Velocidad de conexión móvil a junio 2015 en Chile

Otras estadísticas recientes sobre Internet (Subtel, junio de 2015) indican las siguientes tendencias:

- A junio 2015 los accesos a internet alcanzaron 12 millones, registrando un crecimiento interanual de 19,4%, con casi 2 millones de nuevos accesos.
- La penetración de conexiones fijas y móviles (3G+4G) pasa de 56,9 accesos cada 100 habitantes en Junio 201, a 66,8 accesos cada 100 habitantes en Junio 2015 (+9,9pp interanual).
- 78,3% de los accesos a Internet son móviles, destacando el crecimiento de la navegación vía smartphones y la caída de los accesos móviles vía USB.

- Los accesos 4G (acceso móvil de alta velocidad) superaron un millón de conexiones, con un crecimiento el último trimestre de 2015 de 24%.
- En el mismo periodo y por primera vez, las conexiones 3G disminuyeron en 100.903 (-1% en junio 2015 respecto a marzo de 2015).
- Las conexiones vía teléfonos inteligentes (navegación en móvil) han aumentado 28,1% en los últimos 12 meses.
- A junio 2015 la penetración de internet fija fue de 14,5 conexiones por cada 100 habitantes.
- Del total de conexiones de internet fijo, un 86,9% corresponde al segmento residencial y un 13,1% corresponde al segmento comercial.

Si a lo anterior se agrega el número de conexiones móviles 3G a junio 2015 (9.349.957), en comparación a los poco más de 2 millones el 2011 (SUBTEL, 2015), se tendería a pensar que la sociedad chilena es cada vez más conectada, móvil y online. Sin embargo, hay una importante fractura digital, lo que refleja otra de las desigualdades sociales en el país, esta vez en el plano de las comunicaciones.

Brecha digital: fuente de desigualdad

El reporte 2015 del ministerio de Economía sobre la brecha digital en el país revela que en Chile esta se triplica entre los hogares más pobres y los de mayores ingresos. Mientras 82% del quintil de mayores ingresos tiene acceso a internet, en el quintil más pobre sólo alcanza 20% de los hogares. En el segundo quintil se accede a internet en 42% de los hogares, en el tercero a 49,6% y en el cuarto a 59, 2%.[6]. Como subraya la Fundación País Digital (Stager & Núñez, 2015), la brecha digital por estratos socioeconómicos no presenta indicios de mejora en los últimos cuatro años, exacerbando diferencias con los deciles más

6 http://www.latercera.com/noticia/negocios/2015/07/655-637424-9-brecha-digital-se-triplica-entre-hogares-mas-pobres-y-de-mayores-ingresos.shtml

altos, por lo que la dimensión económica sigue siendo una de las determinantes principales que influye en la probabilidad de usar internet.

En relación a la brecha de género, los hombres usan más internet (59,4%) que las mujeres (56,4%) y se mantiene una mayor conexión urbana que rural (Stager &Núñez, 2015). Hay una diferencia de 28,8 puntos porcentuales en favor de la ciudad: 61,6% contra 32,8% rural. Para los mismos autores, la brecha de internet entre grupos socioeconómicos se ha acrecentado en los últimos años. La falta de habilidades sigue siendo un factor determinante y la diferencia por edad es significativa: a los 18 años 90% de los jóvenes usa internet, mientras que a los 70 años, 90% no lo hace. También afirman que el hecho que entre los integrantes de un hogar haya un estudiante es significativo en el uso de internet para el resto del grupo familiar. En este caso hay una diferencia de más de 11 puntos porcentuales en el uso de internet en el resto de los integrantes del hogar que los que no tienen estudiantes. Otro dato interesante revelado por el ministerio de Economía chileno es que "*sólo 5,4% de los emprendedores que sólo tiene educación básica usa internet, comparado con un 80% de los que tienen estudios superiores*"[7]. De acuerdo al Ministerio de Educación de Chile (2013), 46,9% de los estudiantes de enseñanza básica se encuentran en un nivel inicial de uso de tecnologías de información y comunicación. En tanto 51,3% obtiene un nivel intermedio y sólo 1,8% nivel avanzado. Al comparar los resultados según Grupo Socioeconómico (GSE), 71,4% de los estudiantes del GSE más bajo está en nivel inicial, mientras que sólo 11,6% del grupo socioeconómico más alto se sitúan en este nivel. Las habilidades de uso de estas tecnologías se relacionan con las brechas socioeconómicas. En términos generales, los resultados indican que los estudiantes han logrado las habilidades necesarias para comunicarse con sus pares y para buscar información en medios digitales. Sin embargo, las habilidades cognitivas más complejas, que implican el procesamiento y generación de información son logradas por un porcentaje muy menor.

7 Seminario Productividad digital: oportunidad para las pymes. Organizado por CEPAL y País Digital, Santiago de Chile, 22 de abril 2014. Palabras de subsecretaría de Economía de Chile.

Acceso a redes sociales

Según Comscore (2013)[8] Chile es el décimo país a nivel mundial en horas promedio dedicadas a las redes sociales, en especial a Facebook. En tanto, de acuerdo al indicador ISI de la Sociedad de la Información de la Escuela de negocios de Universidad de Navarra - elaborado por la consultora multinacional Everis (ISI, 2012[9])- el país encabezaría el índice de penetración de Facebook en el mundo (alrededor de 497 usuarios activos por 1000 habitantes), superando a Estados Unidos (493) y a Reino Unido (480). Sin embargo Social Bakers (2013)[10] defiende un número aún mayor (9 millones 506.360 usuarios) y una penetración del orden de 56,77% de la población.

Facebook Media para América Latina sostiene que en 2015 11 millones de personas accedían en Chile a esta red social todos los meses. Esto equivale a afirmar que 9 de cada 10 personas con internet en Chile eran usuarios de Facebook ese año[11]. Sin embargo, la empresa no provee información sobre la cantidad de distintos perfiles de que disponen las personas en Facebook, lo que podría variar significativamente dicha proyección. Los datos del Foro económico mundial (2015) indican que la penetración de Twitter en Chile el 2014 es de alrededor de 1.700.000 usuarios diarios, aunque no figura entre los países más activos en este ámbito en América (México, Argentina, Brasil, Estados Unidos y Canadá). Aunque menor que Facebook, Twitter tenía una penetración de entre 13% y 15% entre los usuarios online chilenos

8 Comscore 2013. Analytics for a Digital World. http://www.Comscore.com/

9 http://www.everis.com/chile/es-CL/sala-de-prensa/noticias/Paginas/chile-encabeza-penetracion-redes-sociales-en-el-mundo.aspx

10 Socialbakers 2013. A Year in Review. http://www.socialbakers.com/blog/2068-socialbakers-2013-a-year-in-review. Penetración de facebook en Chile.

11 Tendencias diario La Tercera (1 de diciembre 2015). http://www.latercera.com/noticia/tendencias/2015/12/659-658284-9-director-de-facebook-media-los-chilenos-tienen-un-alto-uso-de-nuestra-red-y-esto.shtml

el 2012 (IAB Chile, 2012)[12].

Otros informes con fuente Comscore (2013) muestran el acceso a páginas web desde distintos dispositivos en Chile. En relación con la penetración y el uso de redes sociales, Chile es el 10º país mundial en horas promedio dedicadas a las redes sociales: 7,2h/mes en este tipo de sitio, superando la tercera parte del tiempo total online (el promedio global es de 5,8h), representando más de la tercera parte del tiempo total en línea (37%).

Add to Market Insights

Total Facebool Users	9 506 360
Position in the list	26
Penetration of population	56.77%
Penetration of online population	123.44%

Gráfico 4: Penetración de Facebook en Chile. Fuente: Social Bakers, 2013

Al igual que lo que ocurre con los celulares, hay más cuentas en Facebook que usuarios chilenos en Internet, entre un 120 y 130%, aunque esto incluya perfiles corporativos, perfiles falsos, cuentas inactivas, entre otros. Se estima que alrededor de 7 millones de cuentas están siendo utilizadas de forma regular, representando alrededor de 70% de penetración entre los usuarios con acceso a Internet, estimados en 10 millones de chilenos.

En cuanto a Twitter, se lo puede considerar como un medio social de cierta forma "elitista". Del total de usuarios de Internet en Chile – 64,2% de penetración en los hogares en marzo de 2015, según Subtel (2015) – solamente entre 13% (Casen, 2009; Palacios, 2012) y 30% (Semiocast, 2012; Dawson, 2012)

12 IAB Chile (2012). Cifras de mercado industria móvil, Octubre 2012. En: www.iab.cl

es usuario de Twitter, dependiendo de la fuente y método usado[13]. A diferencia de Facebook es una red abierta, desde que el usuario no opte por hacer secreto su contenido. Por lo tanto, todo lo que es publicado ahí es reutilizable y puede generar conversaciones. Su limitación de caracteres en el mensaje privilegia una comunicación sintética y pragmática. Permite menciones a través del uso del signo "@ seguido del usuario a ser mencionado y se usa el signo #" antes de una expresión para agregar todos los comentarios sobre una determinada temática, como un evento o una campaña. Si bien su índice de penetración es mucho menor que Facebook o YouTube, es un instrumento empleado por los líderes de opinión y muy usado por periodistas, políticos, activistas, investigadores y otros actores relevantes. Así pues, al desglosar el ranking de los 100 twitteros considerados más influyentes en Chile - elaborado por una empresa de análisis de tendencias en redes sociales14- se observa que estos son medios de comunicación, periodistas, políticos, programas de televisión o servicios públicos (Oficina Nacional de Emergencia, Metro de Santiago o Servicio Nacional del consumidor).

YouTube es una plataforma altamente empleada por los chilenos. Según Comscore (2011) los chilenos ven un promedio de 144 videos al mes, es decir, casi 5 videos al día por persona. De estos videos, aproximadamente el 60% pertenece a la red de Google, liderada por YouTube. Los blogs no llegan a tantos usuarios, pero tienen un expresivo alcance de 72,3% y un promedio de 16,5 minutos por usuario por mes. Esta plataforma puede ser de gran utilidad en diferentes contextos y propósitos, entre otros: campañas de bajo costo o sin presupuesto; complemento de campañas offline; estimular a la gente a ayudar en la difusión; abrir un espacio de conversación a través de los comentarios; postear testimonios; empleo como un canal alternativo a la televisión.

13 El parámetro varía si se considera solamente cuentas activas (que hayan emitido un tuit en el último año, por ejemplo) o el total absoluto de las cuentas creadas, además de los criterios para asociar una cuenta con un país, pues dicha información no es obligatoria para abrir una cuenta en Twitter. Esto podría explicar las diferencias entre el 13 y el 30% señalados.

14 http://www.quanticotrends.com/ranking-chile/,ranking de mayo 2015

Marco legal de internet

La primera comunicación por internet en Chile se produjo en enero de 1992 entre Santiago y Maryland.[15] Los sitios web de los servicios públicos comenzaron a diseñarse desde 1998, a partir del trabajo de la Comisión presidencial de nuevas tecnologías de información y comunicación, durante el gobierno de Eduardo Frei (1994-2000). La comisión constituye uno de los primeros antecedentes del proceso llamado "gobierno electrónico" o "e-government", que en la actualidad forma parte de la Unidad de modernización y de gobierno digital[16] dependiente de la Secretaria General de la Presidencia. En cuanto al acceso de los estudiantes en los colegios a internet, la Sub secretaría de Comunicaciones de Chile afirmaba en 2012 que 92% tenía acceso a la red en los establecimientos educativos.

En Chile los operadores a cargo del funcionamiento de las telecomunicaciones son privados y la instalación, operación y explotación de estas se rigen por la Ley 18.168 de 1982 y sus modificaciones. Según la ONG Derechos Digitales, la protección de los ciudadanos ante la vigilancia y la interceptación de las comunicaciones privadas se encuentra explícitamente contenida en la Constitución, así como la protección de datos personales (ley 19.628 sobre protección de la vida privada de 1999 y sus modificaciones). La protección otorgada por la legislación ante la interceptación de comunicaciones por parte de otros particulares está contenida principalmente en disposiciones del Código Penal, y son plenamente aplicables a las comunicaciones realizadas a través de la red.

En cuanto al marco legal de internet propiamente tal, es interesante hacer notar la existencia de la Ley 20.453 de agosto 2010, de neutralidad en la Red[17]. En su reglamento subraya que la provisión del servicio internet se debe brindar en un régimen de libre competencia, por lo que los servicios, aplicaciones y contenidos de internet deben ofrecerse sin discriminación ni restricciones

15 https://www.fayerwayer.com/2012/01/internet-en-chile-20-anos-despues/

16 http://www.modernizacion.gob.cl/

17 http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1016570&buscar=NEUTRALIDAD+DE+RED

arbitrarias por parte de los concesionarios. La ley señala que las concesionarias de telecomunicaciones que presten servicio a los proveedores de acceso a Internet y también estos últimos no podrán arbitrariamente bloquear, interferir, discriminar, entorpecer ni restringir el derecho de cualquier usuario de Internet para utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación o servicio legal a través de Internet, así como cualquier otro tipo de actividad o uso legal realizado a través de la red. Sin embargo, "podrán tomar las medidas o acciones necesarias para la gestión de tráfico y administración de red, en el exclusivo ámbito de la actividad que les ha sido autorizada, siempre que ello no tenga por objeto realizar acciones que afecten o puedan afectar la libre competencia. Los concesionarios y los proveedores procurarán preservar la privacidad de los usuarios, la protección contra virus y la seguridad de la red. Asimismo, podrán bloquear el acceso a determinados contenidos, aplicaciones o servicios sólo a pedido expreso del usuario y a sus expensas. En ningún caso, este bloqueo podrá afectar de manera arbitraria a los proveedores de servicios y aplicaciones que se prestan en Internet". La ley también explicita que no se podrá limitar el derecho de un usuario a incorporar o utilizar cualquier clase de instrumentos, dispositivos o aparatos en la red, siempre que sean legales y no dañen o perjudiquen la red o la calidad del servicio.

3. Estudios de casos

3.1 Estudiantes movilizados por la educación el 2011

Las movilizaciones por la educación de 2011 corresponden a un proceso que se extendió entre los meses de abril y septiembre de ese año a favor de una educación pública gratuita y de calidad. A diferencia de la llamada Revolución Pingüina de 2006 (su antecesora y antecedente, protagonizada exclusivamente por estudiantes de secundaria), las movilizaciones de 2011 fueron lideradas mayoritariamente por universitarios, además de recibir el apoyo transversal de

la ciudadanía. Las movilizaciones 2006 y 2011 representan, en ese sentido, la reconfiguración de los intercambios generacionales y la emergencia de nuevos actores que propician el cambio social en democracia desde nuevas lógicas, en el contexto de una sociedad conectada. Además de ser una generación activista nacida en democracia, son una generación permeada por un entorno digital, y por lo tanto, parte activa de lo que Quintana (2010) califica como las cibercultu-ras juveniles. Ello implica ubicar el ser joven en un tiempo determinado, aquí y ahora, con expresiones culturales propias que nacen no sólo de una búsqueda de identidad personal y social, sino de diferenciarse de la cultura hegemónica de los adultos a la que están subordinados (Baeza, 2003).

Entre 1988 (año del plebiscito sobre la continuidad o no del gobierno militar) y la elección presidencial de 2009, la participación de los jóvenes entre 18 y 29 años bajó de 35% a 9% (Injuv, Chile, 2012). A pesar de esta desafección por la política tradicional, el movimiento estudiantil 2011 se entrecruzó y coincidió con una serie de otras movilizaciones sociales de activismo ciudadano, tal como lo consigna el columnista e historiador Sergio Grez (2011), calificando dicho escenario de una suerte de nuevo amanecer de los movimientos[18]:

> En lo que va corrido de este año, los movimientos sociales en Chile se han sucedido con insólita rapidez, masividad y persistencia. En apretada e incompleta síntesis habría que mencionar la protesta regional de Magallanes, las movilizaciones contra el megaproyecto de HidroAysén, las marchas por los derechos de la diversidad sexual, los paros comunales de Calama, la protesta de Arica, las huelgas de los trabajadores del cobre (estatales y privados), los paros de los empleados fiscales, sin olvidar la persistente lucha de los mapuches por la recuperación de sus tierras y la reconquista de su autonomía y libertad. Pero, sin duda, el más masivo y de mayores efectos sociales, culturales y políticos, ha sido el movimiento por la educación pública cuya columna vertebral y principal componente son los estudiantes.

18 The Clinic.cl: http://www.theclinic.cl/2011/09/05/un-nuevo-amanecer-de-los-movimientos-sociales-en-chile/

En efecto, en un catastro de movilizaciones sociales elaborado por Azócar (2011), durante ese año en todo el país se cuentan cientos de manifestaciones callejeras del más distinto tipo. Incluso el 12 de mayo de 2011, la primera y gran marcha por la educación de ese año coincide en un mismo día con las marchas contra la central hidroeléctrica Hidroaysén, por el pueblo Huilliche, por el pueblo Mapuche, por la dignidad y en rechazo a otras hidroeléctricas en distintas regiones de Chile[19]. No fue casualidad que en junio de 2011 se supiera a través de los medios que el gobierno de Sebastián Piñera había decidido monitorear los comentarios ciudadanos sobre su administración en Twitter y en las redes sociales. El gobierno adquirió este servicio, ofrecido por Brandmetric, que incluía información sobre la localización de la persona al publicar en las plataformas digitales[20]. El Colegio de periodistas reaccionó a dicha práctica y solicitó al Consejo de Transparencia que revisara el tema.

Según Alberto Mayol,

> "El movimiento estudiantil de 2011 tiene como uno de sus pilares las injusticias del modelo educativo, pero añade a ello un diagnóstico sobre la sociedad y un cuestionamiento de la estructura en que se han articulado lo público y lo privado, siendo esa tensión la que está en el trasfondo, pero también en el horizonte del debate público planteado en el 2011 en toda la sociedad chilena. Este cuestionamiento se fundamenta en ineficiencias y desequilibrios sociales que estaban presentes desde hace años, pero que carecían de expresión social como resultado de una subjetividad política característica del Chile transicional que obstaculizaba una impugnación radical. Dicha subjetividad se vio modificada por un cambio de escenario en el año 2011 y es posible predecir un incremento de la tematización y cuestionamiento de la forma específica de articulación de

19 Ver catastro elaborado por Azócar (2011) en http://www.albertomayol.cl

20 http://www.latercera.com/noticia/politica/2011/06/674-374379-9-polemica-genera-anuncio-de-monitoreo-de-debates-online-por-parte-del-gobierno.shtml

lo público y lo privado que el modelo chileno supone para los próximosaños."[21]

Para Fernández-Labbé (2013) la movilización tuvo una expresión territorial diversa en el país. Sumó 52 días de jornadas de protesta simultáneas en Santiago y regiones (especialmente en las capitales regionales); 47 días sólo en Santiago y 25 días sólo en regiones, en un marco de 9 meses de otras movilizaciones. Esto demuestra la importancia de entender, precisamente y de primera fuente, el eslabón comunicacional capaz de sostener al movimiento activo y de reinventarlo en el tiempo.

La principal demanda del movimiento era que la educación fuera reconocida y asegurada como un derecho social y sus consignas educación gratuita, fin al lucro y educación de calidad, al igual que su movimiento predecesor en 2006 (la Revolución de los estudiantes secundarios o Revolución Pingüina)- concitaron el interés internacional. El 2006 el "Bloque social por la educación"[22], compuesto por los voceros nacionales de los estudiantes universitarios, secundarios, co docentes, colegio de profesores, asociación de padres y apoderados sostenía la demanda por la participación ciudadana:

> "La actual LOCE, aprobada durante la Dictadura y sostenida posteriormente por los gobiernos de la Concertación, no sólo carece de legitimidad deliberativa, sino que además concretizó y validó el desmantelamiento de la educación pública chilena, instalando una lógica donde ha primado la libertad de empresa en educación. La Reforma educativa en curso desde mediados de los años 90, también se caracterizó por procesos de exclusión ciudadana. Esta vez la visión técnica anuló las esperanzas y expectativas de participación de diferentes sectores de la sociedad. Por otra parte, las autoridades políticas no cuestionaron la legitimidad ni los efectos perversos de la LOCE ni de la Constitución Política dictadas durante la Dictadura" (p.2).

21 Cita textual extraída de su sitio web personal, www.albertomayol.cl

22 Bloque social (2006). *La crisis educativa en Chile. Diagnóstico y Propuestas*. Diciembre 2006. Publicado en www.opech.cl (Observatorio chileno de políticas educativas).

Algunos de los dirigentes del bloque social participarían tras la Revolución de los Pingüinos en el Consejo Asesor Presidencial nombrado ese año por la presidenta Michelle Bachelet, tras el fin de las movilizaciones lideradas por adolescentes de los liceos públicos. Estimaban necesario eliminar el modelo de libre mercado en la educación, impuesto a partir de 1981, en dictadura, para recuperarla en tanto un derecho social. Democratizar el debate educativo implicaba la participación ciudadana "como parte fundamental de las soluciones a la actual crisis del sistema educativo". Esa misma lógica se proyecta en el tiempo hasta los procesos posteriores de movilizaciones por la educación.

Para dar cuenta de las prácticas de articulación online-offline desplegadas durante 2011 este trabajo se apoya en entrevistas realizadas a dirigentes del movimiento, con el objetivo de comprender su propia interpretación de las estrategias de comunicación y de acción a las que recurrieron[23].

Durante el tiempo de las movilizaciones y en un nivel de la acción comunicativa, los líderes y los voceros estudiantiles tuvieron que interactuar directa (en reuniones) o indirectamente (a través de los medios) con autoridades, representantes políticos, periodistas e incluso con sus propias familias (todos estos más bien acostumbrados a una lógica de comunicación política y medial tradicional). En ese sentido, según coinciden los entrevistados, los objetivos del movimiento estudiantil se hacían más cuesta arriba cuando había que lidiar

23 1) Giorgio Jackson. Presidente de la Federación de estudiantes de la Pontificia Universidad Católica de Chile (2011) y vocero de la CONFECH, Confederación de estudiantes de Chile. Ingeniero civil de la PUC. Diputado independiente de la República por el distrito 22, Santiago centro (2014-2018). Miembro permanente de las comisiones de seguridad ciudadana y de educación, además de fundador del movimiento político de izquierda Revolución Democrática, en proceso de convertirse en partido político durante 2015. Fue evaluado el mismo año por la ciudadanía como uno de los políticos con mayor futuro. 2) Camilo Ballesteros, director nacional de la División de organizaciones sociales del ministerio Secretaría General de Gobierno (SEGEGOB) y ex presidente de la Federación de estudiantes de la Universidad de Santiago (USACH, 2011). Licenciado en Ciencias de la actividad física, militante del Partido comunista. 3) Alfredo Vielma, vocero Nacional de la Asamblea Coordinadora de Estudiantes Secundarios (ACES, 2011). 4) Freddy Fuentes, vocero nacional de la coordinadora nacional de estudiantes secundarios (CONES, 2011). 5) Encargada de comunicaciones de la Federación de estudiantes de la PUC en 2011, Auska Ovando. Periodista PUC. No respondió la invitación extendida en distintas oportunidades Camila Vallejo, presidenta de la Federación de estudiantes de la Universidad de Chile 2011 y diputada del Partido comunista de Chile por el distrito 26, comuna de la Florida (2014-2018).

contra una imagen negativa y contra el riesgo de caer en estereotipos de "mocosos", "menores", "violentistas" e "inexpertos en la educación que pretendían y que demandaban reformar, argumentos de cuadro fáciles de hacer circular y de generalizar a través de los medios.

3.1.1 La experiencia de los voceros secundarios: necesidad de estar presentes en la agenda de los medios tradicionales.

Para Alfredo Vielma, vocero Nacional de la Asamblea Coordinadora de Estudiantes Secundarios (ACES) existe un desconocimiento a nivel público sobre el rol de los estudiantes de secundarios en el impulso del movimiento. "*Trabajamos el tema estudiantil desde mucho antes. El 2011 fue fruto de una organización que generamos con anticipación. No sé si la gente creerá, o los analistas o los sociólogos, que este movimiento se articuló espontáneamente*", señala. Ese trabajo previo sobre los cambios necesarios en la educación fue encaminado en una propuesta nacional, disponible en internet24. En una noticia25 publicada sobre los 250 liceos que figuraban en toma en junio 2011 se da cuenta que entre diciembre 2010 y marzo 2011, los secundarios de la región metropolitana se habían organizado y que los dirigentes visitaron más de 200 colegios de Santiago, junto con confeccionar un petitorio que entregaron al subsecretario de educación de la época, agrupados en la FEMES, (Federación Metropolitana de Santiago). Entre las medidas solicitadas en dicho petitorio estaban poner fin a las soluciones parche, mejorar la calidad de los liceos técnicos (modificar su sistema de prácticas porque no estaba en línea con la demanda del mercado laboral), tarjeta nacional estudiantil gratuita todo el año, así como la desmunicipalización y la reforma a la Constitución (más específicamente que el sostenedor de los colegios municipales fuera el Ministerio de Educación y que se modificara el artículo 19 de la carta magna para establecer que la educación sea un deber del Estado). Resul-

24 Consultable en http://www.opech.cl/comunicaciones/2012/05/aces_final.pdf

25 Diario La Tercera. Autor Christian Palma. Sección País, 19 de junio de 2011.

ta interesante en ese sentido constatar algunas semejanzas con las razones y con el contexto de emergencia offline del movimiento 2011 con el pingüino de 2006: el inicio de un nuevo gobierno, entrega de documentos a autoridades y antecedentes de reuniones de los adolescentes con representantes del Ministerio de Educación en torno a la discusión de mejora de la calidad de la educación que quedaron inconclusas (Condeza, 2009).

> "Desde abril del 2005, durante la administración de Ricardo Lagos, los adolescentes de la enseñanza media pública habían sostenido asambleas ampliadas de reflexión y de deliberación, con el fin de proponer soluciones a la calidad de su educación. En noviembre de ese mismo año presentaron a las autoridades del Ministerio de Educación un documento de trabajo, de veintisiete páginas. En el texto, los jóvenes partían por identificar el problema: "En el año 2003, el 58% de la matrícula se concentraba en establecimientos municipales, de los cuales el 72,6 % se ubicaban en el 40% más pobre. Por lo tanto, es correcto afirmar que existe una relación directa entre Educación Municipal y pobreza. En la misma propuesta es posible observar cómo los dirigentes estudiantiles se consideran actores legítimos para entablar el diálogo con las autoridades y para resolver en conjunto los problemas que les afectan: "Es evidente que en un tema tan importante como la educación, el estudiantado no tiene la facultad de tomar grandes decisiones por sí sólo. Igual de obvio es que tampoco debiese hacerlo una cúpula, sino que se requiere abrir espacios para una toma de decisiones que recojan la visión y posición de todos los actores involucrados. Por ello, proponemos la realización de una Asamblea Constituyente, con el objetivo específico de reestructurar la LOCE. A continuación se describe la postura asumida por el estudiantado en torno al tema". Las autoridades les aseguraron que en marzo del 2006 discutirían con ellos las propuestas en una mesa de diálogo, situación que no ocurrió. La LOCE, o Ley Orgánica Constitu-

cional de Enseñanza, fue promulgada por el gobierno militar en marzo de 1990, cuando no existía un Congreso, y publicada el día anterior a la entrega de la banda presidencial a Patricio Aylwin, candidato democrático representando a la Concertación de partidos por la democracia de la época. La LOCE se mantuvo vigente por dieciséis años, es decir durante tres gobiernos democráticos, hasta los eventos ocurridos en torno al movimiento de los estudiantes de enseñanza secundaria" (Condeza, 2009, p.72).

En la misma línea, el ex vocero del movimiento, Alfredo Vielma se manifiesta casi molesto cuando se le pregunta su opinión sobre los estudios que asocian la convocatoria de protesta durante 2011 al empleo de redes sociales como Facebook, al punto de calificarlos como un "bodrio" y acota:

"Sinceramente es hasta una falta de respeto. Nosotros empezamos a trabajar prácticamente el año 2009, a levantar una movilización masiva. En el colegio muy pocos de los que fuimos dirigentes nos dedicamos a estudiar. De hecho, fuimos a generar articulaciones políticas. Muchos veníamos de participación política militante, entonces teníamos puntos de vista particulares. Éramos marxistas y sabíamos que, finalmente, si bien el movimiento que queríamos no iba a ser un movimiento marxista, o un movimiento revolucionario, creíamos que la agitación social era una herramienta importante para recuperar los derechos fundamentales de la gente. En ese marco fue que nosotros, como secundarios, asumimos el año 2009, con mucha gente, la tarea de una construcción de organizaciones estudiantiles, y más que organizaciones estudiantiles, de movimientos de mayorías que pudiesen impulsar reformas o cambios estructurales dentro del país".

Desde esa lógica y referencia al contexto de la época es que el antiguo dirigente explica la fundación de la ACES el 2010 a nivel regional y sus réplicas

durante 2011 a nivel nacional con la toma de 20 o 30 colegios en un mismo día. "Entonces suena ilógico que esto pueda ser una "revolución Facebook, afirma. En cuanto a quienes otorgan el protagonismo a los universitarios, recuerda que la primera convocatoria a movilización la realizó la ACES, en abril y no en mayo de ese año. "Fue una convocatoria que se realizó a las 10:00 am en la Plaza Los Héroes, una protesta súper vaga, por la gratuidad del Pase Escolar todo el año, que es una demanda que hoy está cumplida. La reconstrucción de los colegios (tras el terremoto de 2010) también está cumplida, porque no se licitó ningún colegio como se estaba haciendo. Y la derogación de la PSU (prueba de selección universitaria)".

Uno de los principales problemas que experimentaron los dirigentes de la enseñanza secundaria movilizados, desde la perspectiva de las estrategias de articulación online, fue su invisibilidad en relación a la prominencia y a la cobertura medial de las acciones y opiniones de los universitarios en los medios tradicionales. Si la Revolución Pingüina de 2006 catapultó a los adolescentes de la época como actores sociales activos y relevantes, que levantaron en la agenda noticiosa y pública la temática de la educación gratuita y de calidad, durante el 2011 la participación coordinada de los líderes universitarios de las principales universidades chilenas en el seno de la Confech (Confederación de Estudiantes de Chile) y sus argumentos en torno a la educación pública y contra el lucro cobraron la delantera, así como el interés permanente de los profesionales de los medios. Con mayor razón, para los dos principales dirigentes adolescentes de la época (Alfredo Vielma y Freddy Fuentes, voceros nacionales de la Asamblea Coordinadora de Estudiantes Secundarios (ACES) y de la Coordinadora Nacional de Estudiantes Secundarios (CONES) respectivamente, estar presentes en los medios tradicionales se convirtió en un objetivo de comunicación crucial para que el país no sólo conociera sus demandas, sino para dar legitimidad al movimiento.

El año 2011 Alfredo Vielma[26] (quien declara sentirse más afín con la izquierda y que ya había sido vocero de su establecimiento cuando cursaba

26 Entrevista realizada por Rayén Condeza, Marco Jaramillo y Alonso Lizama.

tercero medio en el liceo Miguel Luis Amunátegui), se convierte en el Vocero Nacional de la Asamblea Coordinadora de Estudiantes Secundarios, electo por la Asamblea Nacional. Ser vocero, según relata, es más bien ejercer una "representación empoderada". "*Yo no lideraba a nadie. A mí me lideraban*", lo que significaba que "*todo lo que decía estaba respaldado previamente*". Esta representación se puso a prueba precisamente cuando le correspondía comunicarse a través de los medios, proceso que aprendió a gestionar a medida que adquiría práctica en los medios tradicionales y para los cuales se prepararon previamente, reconociendo la responsabilidad de dirigirse a una audiencia país:

> "Nosotros sabíamos que siempre teníamos que tener el control sobre la entrevista. Por ejemplo, yo sabía que si me hablaban de pan y yo iba a hablar de mermelada, yo hablaba de mermelada aunque me metieran el pan (...). Si bien nuestro mensaje siempre fue específicamente para los estudiantes, para nosotros esta idea del pueblo de Chile era muy importante. Si bien no lo estábamos empleando todo el tiempo, sabíamos al estrato de clase al que nosotros nos estábamos dirigiendo. Entonces orientábamos siempre nuestro mensaje hacia ellos. Si el mensaje era contingente para los estudiantes, también tenía vigencia para su apoderado, para la abuelita."

Recuerda las dos aristas de la estrategia comunicacional acordada: "una era evidentemente potenciar la labor del movimiento estudiantil y otra era potenciar la preponderancia de nuestra organización". Una de las primeras decisiones de los dirigentes adolescentes de la época fue organizarse por comisiones. Destaca la de prensa, encargada de coordinar las conferencias de prensa, la comunicación con los periodistas, el envío de los comunicados a las agencias distribuidoras de la pauta diaria de los demás medios, como la UPI, y de hacer un monitoreo diario de los medios[27]. Comenta que en 2011 "*no era*

27 Recuerdan claramente cuán relevante fue la radio y las que siempre los cubrieron: radios ADN, BioBio y Cooperativa (en ese orden).

posible marchar y leer un diario o ver la tele en ese mismo instante como ahora", con las conexiones móviles de alta velocidad y la capacidad de transmisión en distintas plataformas actuales.

Posicionarse mediáticamente tenía al mismo tiempo que ver, como recuerda, con que otras organizaciones estudiantiles también apelaban al nombre de los estudiantes para ganar representatividad. Asimismo, agrega Vielma, el propio gobierno intentó enmarcar al movimiento secundario como una "patota de loquillos, cuando en Chile la palabra de un ministro es prácticamente ley". Así pues, en sus declaraciones intentaban dar "el golpe mediático", por lo que había que entregar información novedosa para asegurar la cobertura continua. Al diario en formato impreso y a sus ediciones online le dedicaron una atención especial, si bien tenían claro que es el medio menos consumido, por la siguiente razón:

> "El diario es un pulsómetro político de Chile, o sea expresa lo que muchas veces no expresa la televisión. Además plantea debates que son algo más contingentes. Representa diferentes visiones políticas. Sabíamos que La Tercera representaba la derecha liberal, y El Mercurio a la derecha conservadora. Así veíamos el punto de vista que estaba entregando el poder, la oligarquía, y los diferentes grupos políticos y económicos que representan estos medios de comunicación frente a nuestras acciones. No era tan preponderante sondear que pertenecían a una corriente más popular o de izquierda, porque sabíamos qué es lo que iba a ir ahí. Esos periódicos los usábamos para hacer propaganda, porque a nosotros nos permitían presentar ciertos comentarios que posteriormente servían para realizar algunos movimientos por internet o hacer más auspicioso el movimiento en este caso"[28].

28 También sondeaban su representación en los diarios online, "la mayor cantidad posible", tales como El Dínamo, El Mostrador, The Clinic o El Ciudadano.

Asimismo crearon el diario “El Irreverente”, para informar sobre las actividades puntuales de la ACES en razón del movimiento. Se vendía a 300 pesos chilenos en los kioscos. En cuanto a la explotación de las plataformas online, la ACES creó un canal en YouTube, ACES TV[29], que empleó con distintos propósitos: 1) dar a conocer sus demandas a través de videos cortos (promedio dos minutos); 2) llamar o convocar a distintas protestas, detallando las distintas actividades a organizar y 3) grabar el apoyo directo o indirecto de personalidades públicas o de la cultura popular al movimiento. El correo electrónico fue fundamental, en particular para hacer las transferencias de datos que no podían realizar por la vía oral o la vía escrita, al igual que Skype: “el mail era un medio de comunicación nacional que reemplazaba la convocatoria presencial. Éramos una Asamblea sin financiamiento. Hicimos muchos esfuerzos y nos convocamos, a veces, dos veces al mes a nivel nacional.” El mismo rol jugó la mensajería de texto, sobre todo durante las mesas de diálogo a las que los convocó el gobierno. Alude al uso de smartphones y de “rocaphones” en sus palabras, evocando cómo muy pocos de los dirigentes adolescentes tenían un teléfono móvil inteligente en esa época.

Sobre Facebook, considera que en cierta medida esa red social formó parte de la identidad del movimiento estudiantil, aunque más bien desde una perspectiva testimonial, “porque por ahí se realizó mucha difusión de actos de violencia policial y de violencia innecesaria ejercida por los estamentos del Estado. Para nosotros era fundamental, porque eso evidentemente no se mostraba en las noticias. Ese fue el principal contenido y también lo usamos para la convocatoria de las marchas. Se pasó a la difusión de afiches y a gráfica elaborada por los estudiantes, que adquirieron mucha masividad y fueron importantes en ese caso”, agrega, y recuerda el sitio de Facebook “Movilizados 2011” como un ejemplo, administrado por un amigo suyo.

---

29 Video producido por ACES TV y subido a su canal YouTube llamando al paro nacional por la educación gratuita el 18 y 19 de octubre en https://www.YouTube.com/watch?v=aBgWDWFBQ-FM.

Cuando se desencadenaron las movilizaciones, Freddy Fuentes[30], actual estudiante de derecho de la universidad Andrés Bello - y que al momento de la entrevista trabajaba en la torre de control de una empresa del Transantiago[31] para costear sus estudios- cursaba tercer año de enseñanza secundaria y era presidente del centro de alumnos del Liceo de Aplicación de Santiago durante 2011. En ese contexto fue nombrado vocero nacional de la Coordinadora Nacional de Estudiantes Secundarios (CONES). Una de las primeras acciones off line que debió organizar junto con otros cinco presidentes de centros de alumnos de liceos, fue la toma de los establecimientos. Posteriormente se fue perfilando naturalmente como el encargado de organizar las conferencias de prensa, de llamar a los periodistas, de hacer la pauta de las conferencias, además de encargarse de la coordinación con otros dirigentes de liceos para organizar o participar en las marchas. En ese sentido, reconoce una primera e importante diferencia que a su juicio hubo en 2011 entre los secundarios y las federaciones universitarias: falta de recursos para contar con un profesional encargado de las relaciones y de la comunicación con la prensa. En la misma línea reconoce cuán importante fue la ayuda prestada por la encargada de prensa de la Fech (Federación de estudiantes de la Universidad de Chile) para convocar, en ocasiones puntuales, a los periodistas[32].

El manejo de la militancia política tradicional de algunos dirigentes y estudiantes en el caso de 2011 fue un aspecto cuidado por los organizadores del movimiento secundario, ya que había miedo de que los partidos políticos actuaran de intermediarios, que empezaran a influir indirectamente en las decisiones y en la forma que adquiría el proceso de movilización, agrega[33]. También

30 Entrevista realizada por Rayén Condeza, Marco Jaramillo y Alonso Lizama.

31 Sistema de transporte metropolitano de Santiago.

32 Nombra a los dirigentes y voceros de otros liceos "emblemáticos" de la capital, término que emplea para referirse a los más coordinados y organizados desde la perspectiva comunicacional: el Instituto Nacional, el Liceo 1 de mujeres, el liceo Carmela Carvajal, el Liceo 7, el Tajamar y el INBA.

33 Aunque en ese tiempo no militaba en un colectivo político, se considera una persona de centro-izquierda.

recuerda haber aprovechado de participar en conferencias mancomunadas junto a la Confech y la Feuc, puntualmente cuando los universitarios convocaban a los medios de comunicación:

> "Lo principal era hacer la diferencia entre el mensaje que entregábamos nosotros y el mensaje que entregaban ellos. Eso era una de las cosas más importantes que nosotros recalcábamos en la conferencia de prensa. La consigna de educación gratuita es algo que todos respetábamos, que era como nuestro caballito de batalla. Pero también teníamos discusiones que pasaban a segundo plano, como la desmunicipalización o el transporte, un montón de cosas que se veían invisibles en esas conferencias de prensa donde salíamos al lado de los universitarios y nosotros tratábamos de marcar pauta con eso".

Una de las principales dificultades de la organización estudiantil secundaria fue mantener el ritmo de las convocatorias offline de las asambleas nacionales (al comienzo sesionaban cada dos semanas en Santiago) durante el proceso de movilización, que se extendió por meses. De a poco se intentó descentralizar esta práctica e ir a regiones, como lo hacían los universitarios ese año, pues como se dice coloquialmente en nuestro país, donde más del 40% de la población se concentra en la Región Metropolitana, "Santiago es Chile".

Si bien la relación con la prensa era cordial, destaca, al mismo tiempo la califica "de cercanía/ distancia", es decir ambivalente. Sobre todo en el marco de las asambleas, su principal práctica organizacional y de toma de decisiones, colegiada y por consenso:

> "De partida nosotros no dejábamos entrar prensa a la asamblea. Si ellos querían alguna declaración tenían que esperarnos afuera. También había ocasiones en que necesitábamos que la prensa estuviera ahí, porque teníamos que entregar un mensaje que nosotros tomábamos en la asamblea. Era complejo tratar de

que ellos, entre comillas, no se enojaran y nos condicionaran a que si nosotros no les dábamos una declaración cuando ellos querían, después no iban a estar cuando nosotros los necesitáramos. Nos pasó muchas veces".

Es interesante constatar los ritmos contrapuestos de la labor del periodista y de los voceros estudiantiles en torno a un mismo evento (para los profesionales de los medios una noticia a informar lo más rápido posible; para los estudiantes una decisión estratégica a tomar que los represente y que afectará el movimiento) y cómo esta tensión los hace mutuamente necesarios en el contexto de las movilizaciones sociales. Freddy Fuentes lo ejemplifica con la solicitud de los periodistas a reaccionar frente a la declaración de un ministro. *Nos decían: Qué opina de la respuesta del ministro? ¿Van a aceptar, o no? Costaba explicar que aunque vocero, no le podía decir nada en el momento, si lo acababa de escuchar. Frente a un movimiento estudiantil tan grande, tenía que "subir" la información a una asamblea nacional. Esa asamblea nacional la tenía que llevar a sus regiones. Las distintas federaciones las tenían que llevar a los centros de alumnos y los centros de alumnos las tenían que discutir con sus bases*". Otra tensión, explica, fue correr el riesgo de perder legitimidad ante quienes representaban, so pretexto de que el movimiento apareciera en los medios. El valor de tomar decisiones discutidas con las mismas bases tuvo mucha importancia, dice, para sostener el movimiento en el tiempo. Sin embargo, cuando estaba declinando -como por ejemplo cuando se aproximaba la Copa América, así como las vacaciones de invierno adelantadas por el ministerio de Educación- los dirigentes acordaron agotar todos los medios para poder seguir en pauta, al punto de dejar entrar al canal Chilevisión y su programa de reportajes *En la Mira* a una de las asambleas.

"Dejamos que ingresaran, pero evidentemente cuando tomaron las imágenes no discutimos los temas más relevantes. Hicimos el mono para poder salir en prensa. Salimos en el programa y a nosotros nos tomaron distintas cuñas afuera del liceo después de que hicimos la asamblea. O sea quedaban contentos ellos

y quedábamos contentos nosotros. ( ) Siempre tuvimos claro que la prensa es un mal necesario".

El dirigente también atribuye a la dimensión offline la semilla de la articulación de la movilización entre los secundarios para el año siguiente. Específicamente a una reunión convocada por el Ministerio de Educación y por el Instituto Nacional de la Juventud, a fines de 2010. En dicha ocasión, recuerda, se conocieron los distintos dirigentes de regiones y de la capital, reunidos en el Cajón del Maipo, invitados por el gobierno. Fue en enero 2011 que decidieron organizar un encuentro propio, a nivel nacional. Se trató básicamente de conversaciones proyectivas por una parte, sobre "qué es lo que se venía por delante", afirma Fuentes— y por otra, de hacer un "*repaso crítico de los logros concretos obtenidos para mejorar la educación desde la Revolución de los Pingüinos de 2006*". El diagnóstico compartido era que los movimientos estudiantiles en Chile cumplen ciclos y que desde el último significativo se habían cumplido 5 años sin haber logrado los cambios anhelados y sin mejorarse la calidad de la educación. La primera decisión adoptada ese verano, según relata fue lograr estar organizados a nivel nacional para actuar colectivamente. Su meta era lograr una convocatoria igual o mayor que la del 2006. Así fue como optaron por salir a marchar en mayo, aunque a su juicio sin éxito en cuanto a la cobertura de prensa. Tras el análisis, y en gran medida para concitar el interés mediático y de las autoridades, decidieron tomarse los establecimientos, tal como lo hicieron los pingüinos el 2006, para asegurar la cobertura informativa y que la gente común y corriente se enterara de sus demandas, agrega Fuentes.

La presencia en los medios masivos tradicionales, en particular en la televisión abierta y en los noticieros, fue empleada como recurso de llamado directo y masivo a la coordinación nacional. La televisión les permitía interpelar a los establecimientos de regiones, en particular de las zonas más extremas, como Punta Arenas, legitimados por la propia cobertura medial ante sus pares.

Fue el medio más apreciado para ellos para que la gente se enterara de las cosas, sobre todo los padres y las autoridades.

Entre los principales aprendizajes de la vocería, además de adquirir la habilidad para convocar a las manifestaciones y dar a conocer las demandas, figura la especialización en comunicar a través de distintos medios. El tiempo que vuela en televisión, el concepto y la práctica de preparar cuñas, o saber contra responder rápidamente a las contra preguntas de los periodistas. Esto sin perder de vista, en todo momento, según afirma, el propósito de la entrevista ni el mensaje a transmitir. "*Uno aprende, se arma un discurso y ahí uno parece grabadora*". Algunos elementos comunes de ese discurso son:

> "Principalmente entregar el mensaje que nosotros queríamos transmitir. Explicar por qué estábamos haciendo eso, el para qué, qué queríamos conseguir con eso y lo principal, creo yo, era que siempre nos preocupamos de entregar un mensaje de responsabilidad ante los hechos que cometíamos. Estábamos conscientes de que no éramos universitarios, que éramos estudiantes secundarios, que habían papás, que lo primero que veían de nosotros eran unos cabros que no querían ir al colegio. Entonces intentamos siempre transmitir ese mensaje de responsabilidad ante lo que hacíamos. Nos preocupaba harto lo que pensaba la señora en la casa. Eso era súper importante para nosotros".

Como se ve, para Freddy Fuentes las instancias de comunicación offline tuvieron mayor preponderancia que las prácticas online para la organización y comunicación del movimiento, si bien reconoce haber empleado Facebook para difundir noticias y para convocar a manifestaciones, por lo que crearon una página de la CONES que todavía existe[34]. De hecho su teléfono celular, en esa época, "con suerte sacaba fotos, era cero tecnología". Al respecto agrega:

---

34 https://es-es.facebook.com/coneschile

> "Aprendimos a utilizar cada medio. Sabíamos cuándo teníamos que llamar a la radio, cuándo teníamos que llamar a la tele, a los diarios y sabíamos cuándo teníamos que llamarlos a todos. Yo creo que los hechos más importantes eran la toma de decisiones, declaraciones públicas dirigidas hacia las autoridades directamente, convocatoria, conferencias de prensa en general. En cambio si en el día ocurría algo importante -una respuesta del Ministerio, un recado, o sucesos como altercados con carabineros en una manifestación express- lo más rápido era llamar a los medios de llegada rápida como la radio o a los medios de prensa escritos, que te llamaban y les dabas la cuña por teléfono. A los cinco minutos estaba subida en internet y al día siguiente la podían publicar en el diario. Era lo más rápido. El medio más difícil en llegar era la televisión."

En cuanto a Twitter, al que se unió con su cuenta personal en octubre 2010, recurrió a esta red en general para comentar o para desmentir informaciones poco precisas o contradictorias en relación con el movimiento, según afirma[35].

3.1.2. La experiencia de articulación online-offline en la voz de los dirigentes universitarios

Giorgio Jackson (28 años)[36], ingeniero civil UC con diploma en tecnologías de información, presidente de la FEUC 2011 por el movimiento de izquierda Nueva Acción Universitaria (NAU) creado en la Universidad Católica, el 2008, es diputado independiente por el período 2014-2018. Nos recibe en una oficina de trabajo de su sede distrital[37], ubicada en el centro de Santiago, en el barrio Concha y Toro, espacio que parece detenido en el tiempo de comienzos del siglo XX.

35 https://twitter.com/freddyfuentesm?lang=es

36 Entrevista realizada por Rayén Condeza, Paz Vásquez, Alonso Lizama y Marcelo Santos.

37 http://www.giorgiojackson.cl/participa/sede-distrital/

Considera que si bien se puede analizar la movilización estudiantil de 2011 desde la lógica de la articulación de prácticas de comunicación online-offline, durante 2009-2010 hubo más bien una acumulación previa de instancias off line, a lo largo de todo Chile, que luego se desplegaron en el espacio online, tales como asambleas, discusiones de base y producción de documentos. Esto en diferentes universidades, lo que culminó en un diagnóstico de la situación de la educación a fondo, "bien hecho", afirma.

En cuanto a la dimensión online del movimiento, afirma que junto a otros dirigentes universitarios[38] decidieron emplear las plataformas digitales como una estrategia de comunicación para masificar ese diagnóstico en todas las direcciones, de manera simple y dirigida a todos. Se lanzó en abril, pensando en preparar el terreno hacia la primera movilización, a realizar antes del 21 de mayo (día de la cuenta anual presidencial ante el Congreso y la nación, por cadena nacional de radio y televisión). "Nuestro objetivo era que la gente supiera por qué se movilizaba y canalizar ese descontento", explica. Para ello trabajaron con especialistas en comunicación y diseño, jóvenes que conocían por la Universidad, quienes tradujeron ese diagnóstico a ideas fuerza, desde una perspectiva más bien de marketing. Estas ideas, que se convirtieron a su vez en ejes de acción fueron las siguientes: frente a la educación había, por una parte, quienes estaban en posición de desventaja, los excluidos del sistema, que experimentaban una especie de rabia. Por otra parte, estaban los privilegiados del sistema, explica, quienes emocionalmente podían sentir una especie de culpa. De ahí nace uno de los primeros ejes del petitorio y de la convocatoria a la movilización, relacionado con el acceso desigual, la segregación y la diferencia de calidad en la educación.

El segundo eje de convocatoria fue el endeudamiento, buscando evocar cómo lo sentían y experimentaban directamente las familias, por lo que la finalidad de la educación pública y gratuita se convirtió en otra de las ideas fuerza.

38 Camilo Ballesteros de la USACH, Nataly Espinoza de la PUC de Valparaíso, Paul Floor de la Universidad Técnica Fedrico Santa María y Pedro Glatz de la PUC.

El tercer eje se relacionaba con la sensación de ser estafados. Ya no solo se trataba de una mala calidad de la educación, sino que de la obtención de lucro.

Así pues, Jackson recuerda que este grupo de comunicadores y de diseñadores sintetizó las ideas fuerza y los ejes del petitorio con el que las personas deberían de identificarse en torno a una gran idea, central, a la vez que inclusiva. Lo que estaba en disputa el 2011, sostiene el ahora diputado, era "el futuro de cada uno y el de todos", por una parte y "no hay futuro sin educación", por otra. El ex vocero de la Confederación de Estudiantes de Chile agrega que con este mensaje esperaban que la primera marcha del 12 de mayo fuera masiva, aspirando a 30 mil personas en la capital. En la práctica esa meta fue superada con creces, afirma, si se considera que tan sólo en Santiago se volcaron a las calles 50 mil personas[39]. Sin embargo, para Jackson este resultado, y los que siguieron, no se pueden atribuir únicamente al éxito de dicha estrategia de comunicación previamente planificada, sino a la coincidencia con otros malestares, circulando a través de las redes y materializados en las calles, como el rechazo ciudadano a la central Hidroaysén y una marcha masiva contra esta.

En relación al recurso online, este dirigente adquirió la costumbre de monitorear las redes sociales, con el fin de tomar el pulso de lo que se decía en torno al movimiento, en particular en Twitter, más bien interesado en lo cualitativo (las críticas al movimiento, los retwitteos, los twitteros) que en lo cuantitativo, aunque igual le importaba lo último. Con el tiempo, dice, y a fuerza de la frecuencia con que apareció en los diarios y en los distintos medios, desarrolló lo que él llama "el sentido común mediático". Esto le sirvió para perfeccionar la producción de "cuñas" según el medio: "Al principio nos equivocábamos. Lo que decíamos aparecía en los medios, pero aprendimos a ver la intencionalidad, a cuidarnos". Otro elemento que favoreció la presencia del movimiento en los medios tradicionales, según Jackson, fue tomar conciencia de lo preparados

39 Para mayor detalle de la convocatoria a la marcha del 12 de mayo de 2011 consultar el sitio web del Centro de estudios de sociología de la Universidad de Chile en https://cesocuchile.wordpress.com/especial-movilizaciones/cronologia-de-las-movilizaciones-2011/. Tiene asimismo un link con sitios web de la universidad de Chile funcionando en ese momento.

que estaban acerca del tema de la educación, precisamente por el trabajo de diagnóstico y de estudio realizado anteriormente. Algunos de los dispositivos online que se emplearon para articular el activismo en la red durante 2011 por los universitarios, recuerda, fueron Facebook y en alguna medida Twitter, aunque entonces el tipo de cobertura en los medios tradicionales afectó mucho más al movimiento, a su juicio. La producción de piezas de comunicación online fue tan importante como la de los afiches distribuidos y dispuestos en los espacios offline. Estos últimos eran de bajo costo, se repartían en los colegios al igual que en las universidades, cumpliendo la labor de convocar y de informar in situ. Si bien considera que el uso de YouTube fue importante, en particular porque por lo general el audiovisual genera una dimensión emocional, Jackson no evoca la difusión de las múltiples movilizaciones flash o flashmob, practicadas en el espacio offline y luego difundidas viralmente a través del online durante ese año.

Estas prácticas creativas e híbridas fueron novedosas en relación a las del movimiento pingüino de 2006, tal vez debido a que el repertorio de comunicación-acción (Meunier y Condeza, 2013) de entonces fue mucho más limitado en su dimensión online 2.0 que el del 2011. Entre otras movilizaciones flash se hizo famosa la reproducción de la coreografía de Mickael Jackson *Thriller por la educación* frente al palacio presidencial La Moneda, interpretada por cientos de estudiantes que no necesariamente se conocían, pero que se articularon a través de llamados por Facebook, afiches en universidades o de videos tutoriales subidos a YouTube para practicarla, interpretarla in situ el día y hora señalada y luego disolverse. Otros flashmob, como la *besatón por la educación*, se convirtieron en movilizaciones internacionales por la educación chilena, interpretadas sincronizadamente, a nivel global, en apoyo al movimiento estudiantil. Hubo otras acciones de movilización social innovadoras, tales como la corrida ininterrumpida de 1800 horas (75 días) horas por la educación en torno a La Moneda, en la que cualquier ciudadano transeúnte dispuesto a hacerlo enarboló una bandera en una posta humana para simbolizar los millones de dólares requeridos para lograr una educación gratuita y de calidad en el país.

Giorgio Jackson considera, sin embargo, que el trabajo territorial fue y sigue siendo muy importante, del mismo modo que la presencia de los estudiantes en la agenda de los medios. De acuerdo a su propia experiencia, el poder de la televisión es considerablemente grande. Tanto así que concuerda con la hipótesis de que el accidente de aviación acaecido en el archipiélago Juan Fernández en septiembre 2011, que causó la muerte del animador del matinal del canal público Felipe Camiroaga de cuatro de sus colegas deTelevisión Nacional de Chile (TVN) y de otras 16 personas que iban en ayuda de la reconstrucción pos-tsunami 2010, afectó la decadencia del para entonces ya desgastado movimiento estudiantil iniciado en mayo, porque se dejó de tratar el tema en los medios. Camiroaga había apoyado, por televisión y a través de las redes, distintas movilizaciones ciudadanas.

YouTube jugó un rol interesante durante las movilizaciones por la educación de 2011. Se realizaron y viralizaron videos testimoniales, de flashmob -como ya se indicó- y se subieron entrevistas o campañas nacionales e internacionales en apoyo a los estudiantes. Entre las campañas por YouTube figura la de #YOAPOYOALOSESTUDIANTES, protagonizada por los actores chilenos (videos de 5 minutos)[40], que dio pie a otras variantes, como la de las periodistas chilenas, de los comunicadores chilenos y de las actrices chilenas. La misma campaña tuvo su expresión internacional en el video Voces globales por la recuperación de la educación pública en Chile: apoyo internacional al movimiento por la educación chileno[41]. En este video, con traducción simultánea al español, aparece la opinión de intelectuales e investigadores de distintos países42 en favor de la educación pública y en apoyo al movimiento estudiantil, mientras se

40 https://www.YouTube.com/watch?v=AOaAnlw7DjQ

41 https://www.YouTube.com/watch?v=aIPTIlLZEkk

42 Tales como Stephen Ball, investigador sobre políticas educativas de la Universidad de Londres, Antonio Olmedo , de la Universidad de Granada, Tristan McCowen, profesor de Políticas de Educación superior de la universidad de Londres, al igual que Vincent Carpentier y Esther Leslie, Daniel Noemi de la Universidad de Michigan y Ananda Grinkaurt de la universidad Estatal de Campinhas, entre otros,

intercala información relevante sobre lo que ocurre en Chile, como la siguiente: "En Chile, todas las universidades cobran mensualidad y sólo 16% del presupuesto en educación superior corresponde a aporte estatal. Mientras, el promedio en gasto público en los países de la OCDE es del 72% y en muchos de ellos no se cobran aranceles". O bien: "la matrícula de escuelas municipales cayó desde 75% a 42% entre 1982 y 2009. Solo entre 1996 y el 2009 se cerraron 707 escuelas municipales y se abrieron 2.540 escuelas privadas subvencionadas".

Camilo Ballesteros (28), militante del partido comunista de Chile y ex presidente de la Federación de estudiantes de la Universidad de Santiago durante 2011, donde se recibió de licenciado en educación física conversó con el equipo entrevistador43 en el palacio de La Moneda, en su calidad de actual Director nacional de la División de Organizaciones sociales de la Secretaría General de Gobierno de Chile. También atribuye la articulación inicial del movimiento universitario a un entretejido complejo entre las discusiones conducentes al diagnóstico de la educación chilena realizado durante enero 2011 en el espacio offline y su traducción a la campaña digital ya aludida por Giorgio Jackson44. Esta campaña, agrega, tenía que ver con emocionar (tal cual lo habían logrado los adolescentes durante las movilizaciones por la educación durante el 2006), con las temáticas de la culpa y de la rabia, expresadas en vivencias, como "*por qué unos pueden estudiar y otros no*", o "*por qué si me prestan 100 para estudiar debo mucho más que 100*". Asimismo, se refiere al importante apoyo que les brindó el Centro de Estudios Nacionales de Desarrollo alternativo (CENDA)[45], a través del economista Manuel Riesco, con el procesamiento y la entrega de datos para poder construir un discurso propio en torno a la problemática del endeudamiento de por vida de las personas en educación, que sigue hasta hoy.

43 Entrevista realizada por Rayén Condeza, Paz Vásquez y Alonso Lizama.

44 Recuerda que esos profesionales luego pasaron a trabajar a la Fundación Dialoga (centro de pensamiento en ese entonces asociado a la ex presidenta Michelle Bachelet, quien en esa época ya había sido nombrada directora de ONU mujeres), en particular a la escuela de liderazgo de jóvenes.

45 www.cendachile.cl

En cuanto al uso de los medios online para convocar a las manifestaciones offline, recuerda haber levantado, en su experiencia como dirigente estudiantil, una base de datos durante los trabajos voluntarios con información de alrededor de 5000 universitarios, a los que puso como amigos en una fan page, para, a su vez, llegar a la mayor cantidad de otros estudiantes posibles. Previo al 2011 ya se empleaban medios de comunicación internos de la universidad, como revistas, o bien se recurría a estrategias de comunicación desplegadas durante ciertos hitos masivos. Ejemplifica con la semana de los cachorros o novatos en la Universidad de Santiago ese año, a la que estuvo invitado el grupo de música popular *Los Tres*. En mitad del espectáculo y por acuerdo previo, fue llamado por el cantautor al escenario para comunicar sobre las demandas por la educación y, de paso, convocar a la acción.

Según Ballesteros, su relación con los medios de comunicación significó un aprendizaje importante y directo sobre cómo operan los periódicos, la radio y la televisión. Esto le sirvió para distinguir y tener muy claro a quién le hablaba, siempre procurando que su discurso fuera lo más amplio posible. Era importante recalcar posiciones contra la violencia, a pesar que en la Confederación de estudiantes de había puntos de vista muy distintos, recuerda. Otra cosa ocurrida durante 2011 y que puede relacionarse con la articulación de las prácticas activistas online-offline, acota, es que emergieron muchas formas de movilizarse, que dieron oportunidad a participar desde intereses muy diversos y en espacios heterogéneos de acción colectiva, tales como conciertos, besatones o cacerolazos. El uso de las redes sociales, agrega, dio pie a nuevas formas y prácticas de comunicación, como producir memes e incluso a nuevas palabras, como "trolear"[46].

Un aspecto relevante del momento actual que viven Giorgio Jackson, así como Camilo Ballesteros en 2015, que podría relacionarse con los efectos de la

46 Vocablo sobre una práctica popular en Internet que describe a una persona que sólo busca provocar intencionadamente a los usuarios o lectores, creando controversia, lo que podría resumirse en el acto de atacar bruscamente a un twittero

articulación online-offline, es que en menos de cinco años pasaron de ser estudiantes y dirigentes universitarios a ocupar cargos públicos relevantes (parlamentario y director de división en un ministerio de gobierno respectivamente), roles tradicionalmente desempeñados por políticos o por funcionarios con mayor experiencia. Consultados si en otras palabras entraron al sistema, coinciden en su convencimiento de que ciertos cambios son necesarios, es relevante disputar y acceder a posiciones de mayor poder para producirlos. Ballesteros recuerda que él buscó, en ese sentido, la representación popular, pero perdió dicha elección (su candidatura a alcalde de la comuna de Estación central en Santiago) y que aceptó el trabajo de Director de la división de organizaciones sociales en el gobierno actual, porque tiene que ver en parte con el trabajo territorial en el que cree puede ser un aporte concreto. Aun así, afirma que poniendo en perspectiva el movimiento de 2011 por la educación, es probable que en tanto dirigentes hayan despertado demasiadas expectativas entre la ciudadanía, que no se cumplieron, en el sentido de creer que un grupo de estudiantes y de jóvenes podían cambiar todo, lo que no se podía, agrega.

La entrevista a ambos dirigentes universitarios 2011 se complementó con la realizada a Auska Ovando[47], periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Nos pareció interesante revisitar las estrategias de comunicación empleadas durante las movilizaciones desde su experiencia como encargada de comunicaciones de la Federación de estudiantes de la Universidad Católica, FEUC. Se integró a trabajar en junio 2011, cuando era alumna de último año de periodismo y cuando los dirigentes de la federación se sintieron sobrepasados sin un cargo de prensa específico. Entonces el movimiento estudiantil estaba en marcha. Los estudiantes ya estaban motivados con la causa, así que no había necesidad de "moverlos" para que salieran a las calles. Recuerda que entonces había una conciencia colectiva compartida, en torno a que 2011 era un momento importante del que nadie quería quedarse afuera. Reconoce que no tenía

47 Entrevista realizada por Paz Vásquez vía Skype, pues Auska Ovando está becada por el Estado de Chile (concurso BECAS CONICYT) para estudiar un magister en sociología en Gran Bretaña.

idea de comunicación estratégica, ni era su área. Al comienzo no tenía claro qué funciones debía cumplir. Ya funcionaba la concepción y la producción de afiches, a su juicio importantes para convocar a las marchas y captar la atención de la gente. Una de las primeras acciones que emprendió fue ir al Ministerio de Educación, para conocer personalmente y en terreno a los periodistas de los medios tradicionales (prensa y radio) que cubrían este frente noticioso.

En la federación sostenían reuniones de trabajo para articular cada hito por venir (entiéndase, en este caso, cada marcha, que entonces eran casi semanales). Definían cuál era el mensaje a transmitir, una suerte de "protocolo de acción", afirma, aunque no lo llamaban así y no tenían mucha conciencia de lo que estaban haciendo. Todo fue muy "orgánico", muy del "día a día", explica. Como los dirigentes estudiantiles venían del ámbito universitario, más académico, el objetivo era "bajar" la información, "*hablar en simple, en corto, porque es necesario y hasta un deber*", explica, que toda la gente entienda. Así que su trabajo se enfocó en lograr que estos dirigentes "*entendieran el espíritu de hablar para los medios de comunicación*". También discutía con Giorgio Jackson los mensajes a twittear, mientras que todos los días, a la hora de almuerzo se organizaron debates, conversatorios o foros en distintos campus. Recuerda en el patio de la facultad de comunicaciones el "micrófono abierto", para expresar las demandas estudiantiles. Al interior de la universidad, recuerda, se generó una discusión "pública". Lo siguiente fue salir a captar la atención de la gente: "*Generar indignación a través de la individualidad*". Crearon el sitio *teestancagando.cl,* descrita como una "iniciativa de difusión cibernética para el movimiento estudiantil 2011" nacido en la Universidad de Chile[48]. También procuraron llevar el léxico técnico de la educación al que se refieren las autoridades (tales como AFI[49], aportes basales, etc.) al

48 Versión web http://teestancagando.tumblr.com/ y versión Twitter https://twitter.com/teestancagando

49 AFI es el aporte fiscal indirecto entregado por el Estado a las universidades por alumno ingresado a la Universidad según el puntaje obtenido en la prueba de selección universitaria. Al momento de escritura de este informe se estaba votando en el congreso la redistribución de la

sentido común. Su principal objetivo comunicacional era llegar con el mensaje a la hora de "la once"[50]. "El mayor logro era que nuestros temas fueran discutidos en la mesa de las casas". La once implicaba un espacio de conversación "entre generaciones" y en donde priman más las emociones, afirma.

Sobre los disturbios post-marcha, cubiertos ampliamente por la prensa y que les jugaban en contra, este es un tema que nunca lograron resolver. Utilizaron diversas estrategias de manifestación offline, como las que se usaban en las protestas contra Vietnam (sentarse en el suelo, por ejemplo) o armar cordones para separarse de los manifestantes encapuchados o violentos, pero nunca fueron del todo efectivas, dice ella. El discurso post-marcha que elaboraron fue del tipo "No perder el foco. Estamos luchando por algo más importante" y seguir apelando al sentido común sobre las injusticias del sistema. Para ello, tenían cuñas elaboradas que apuntaran a ese mensaje. Al final, Giorgio Jackson, cuenta Ovando, asumió la estrategia (más espontánea, por cierto) de enfrentar comunicacionalmente los disturbios como "la escena al final de la película y no como la película completa", destacando de paso el concepto de la rabia. El objetivo era explicar que la rabia acumulada por este sistema injusto se expresaba al final de las marchas. Así, los disturbios pasaron a ser un elemento más de descontento social para apoyar el mensaje de los estudiantes. Si eso resultó o no, ellos no lo saben. La versatilidad de las funciones de un encargado de comunicaciones fue tal, que incluso se traducía en asegurarse que los dirigentes se despertaran a la hora para cumplir con las entrevistas agendadas para las 7.00 am en los canales de televisión o en las radios.

Como se puede apreciar, al evocar sus estrategias de comunicación, los dirigentes estudiantiles articulan en todo momento las lógicas de movilización online y offline, aunque prima una esfera medial a la que le otorgan importan-

modalidad de entrega de ese aporte basal a las instituciones de educación superior.

50 Espacio de reunión familiar que ocurre al final del día, donde las personas meriendan. En muchos hogares, en particular los con menores recursos, con frecuencia la once reemplaza a la cena.

cia primordial. Estos hallazgos contribuyen a enriquecer estudios anteriores, en los que a partir de encuestas realizadas a jóvenes entre 18 y 29 años después de las protestas de 2011 se revela una relación cuantitativa positiva entre el uso de medios sociales (Facebook y Twitter) y la participación, tanto en el movimiento estudiantil 2011 como en protestas contra la construcción de plantas de energía en la Patagonia en la misma época, incluso controlando por otras variables relevantes, como interés político, ideología y confianza (Scherman, Arriagada y Valenzuela, 2015).

3.2. No Alto Maipo

En años recientes América Latina fue territorio privilegiado para la exploración y extracción minera mundial y Chile el país con el mejor clima para la inversión[51]. *No Alto Maipo* es un movimiento ciudadano, cuyo nodo activo principal es la Coordinadora ciudadana *Ríos del Maipo* (*www.riosdelmaipo.cl*, su versión Twitter #*NoAltoMaipo* y en Facebook *NoAlProyectoAltoMaipo*). Desde el año 2007 representa la oposición manifiesta en el espacio público offline, medial y online, a la construcción del proyecto hidroeléctrico Alto Maipo. Este último debiera entrar en funcionamiento el año 2017, a cargo de la multinacional estadounidense AES GENER y de Antofagasta Minerals, propiedad del grupo económico de la familia Luksic, que en 2015 figuró entre las 100 mayores fortunas del planeta en el ranking de la revista norteamericana Forbes y que ostenta el primer lugar en Chile.

El proyecto, al que se sumó posteriormente la empresa sanitaria privada Aguas Andinas[52] llevaba un 20% de avance al 2015. Consiste en la construcción de dos centrales de generación de energía de paso. Para funcionar, requieren

51 Agencia de noticias de América Latina Nodal, www.nodal.org

52 Durante el gobierno democrático de Eduardo Frei (1994-1999) se inició la privatización de distintas abastecedoras de agua potable, reservándose para el Estado sólo una proporción mínima (Mundaca, 2015).

extraer agua de tres ríos, ubicados en la cordillera de los Andes, en la Región Metropolitana, a 70 kilómetros de Santiago, la capital. Los ciudadanos organizados contra la construcción de Alto Maipo son en su mayoría habitantes de esta localidad rural, comuna de San José de Maipo. El año 2001 la comuna fue declarada zona de interés turístico nacional por el Servicio Nacional de Turismo y posee distintos parques nacionales. Desde Santiago la antecede la comuna de Puente Alto, que en los últimos años ha conocido una importante expansión en la construcción de viviendas y aumento de la población.

La mayor parte de la energía producida en el Cajón del Maipo será transmitida a la minera Los Pelambres, del grupo Luksic, ubicada en otra región de Chile y cuyas faenas ya han dañado las zonas aledañas a esa explotación. En la Región Metropolitana, donde se emplaza el proyecto, se concentra el 40,2% de la población nacional, según el último censo (2012) y es precisamente a partir de estos cursos de agua y de sus glaciares que los metropolitanos se abastecen de agua potable y que se asegura el regadío de la agricultura de cerca de 120.000 hectáreas que dependen del Río Maipo. Los detractores argumentan que tal como el proyecto fue aprobado, a su parecer de modo irregular según demostraron ante una Comisión investigadora de la Cámara de Diputados que en el año 2009 reconoció irregularidades e inconsistencias, el ecosistema de todo el Cajón del Maipo se afectará irreversiblemente. Según la vocera, Marcela Mella, en 2011 la Comisión investigadora de la Cámara de Diputados denunció y concluyó que el Proyecto Hidroeléctrico Alto Maipo (PHAM) fue aprobado con múltiples irregularidades[53]. En 2012, de hecho, la autoridad ambiental sancionó a la empresa por incumplimiento a la norma. El propio Colegio Médico de Chile[54] ha alzado la voz públicamente contra el proyecto Alto Maipo, tras dis-

53 http://ciperchile.cl/radar/alto-maipo-autoridad-ambiental-inicio-sanciones-contra-aes-gener-antes-de-supuesta-responsabilidad-por-aluvion-en-cajon-del-maipo/
http://www.revistabagual.cl/2015/12/gran-marcha-nacional-por-el-agua-de.html
https://www.camara.cl/pdf.aspx?prmID=18991&prmTIPO=DOCUMENTOCOMISION

54 www.colmed.cl, estudio liderado por Andrei Tchernitchin, presidente del departamento de medio ambiente del gremio. http://www.24horas.cl/nacional/estudio-del-colegio-medico-revela-elementos-toxicos-en-agua-del-cajon-del-maipo-1909785

tintos análisis de las aguas y napas subterráneas realizados durante 2015 por su departamento de medio ambiente en los lugares aledaños a la construcción. Estos arrojan, sistemáticamente, altos niveles de arsénico, plomo, manganeso y níquel, sustancias cancerígenas volcadas a los caudales. Ante esto, el Ministerio de Salud guarda silencio. El proyecto entubará el caudal extraído de las fuentes de agua a lo largo de 70 kilómetros, en un túnel subterráneo de 10 metros de alto. Sus defensores argumentan que por devolverse las aguas ríos abajo, no habrá impacto ambiental, además de afirmar cumplir con las normas técnicas y ambientales requeridas. Se trata, pues, de dos visiones sobre un mismo hecho absolutamente opuestas, poco conocidas por el ciudadano de a pie.

En el análisis de este caso es relevante considerar que en este proceso de activismo se articula un movimiento ciudadano, afectado directamente por el problema, con organizaciones no gubernamentales y con sedes de ONG por el medio ambiente transnacionales (Ulianova & Estenssoro, 2012). En ese sentido, se observa una articulación de la coordinadora ríos del Maipo (que a su vez coordina a más de 80 organizaciones que defienden el agua en distintas localidades de Chile), con organizaciones internacionales. Por ejemplo, una de las campañas más recientes de Greenpeace, en la que participa la coordinadora No Alto Maipo, es la de República Glaciar (republicaglaciar.cl). Precisamente, los habitantes y los activistas en contra de Alto Maipo reclaman que la construcción de las centrales de paso de Alto Maipo están afectando glaciares y parques nacionales en nombre de un mal llamado “desarrollo”, destinado a abastecer procesos extractivos de carácter privado, que requieren un uso intensivo de agua, en este caso una minera, más al norte de Santiago, es decir en otra región.

Se podría afirmar que en este escenario están, por una parte, los ciudadanos, principalmente habitantes del Cajón del Maipo, con distintas edades y dedicados a diferentes oficios: profesionales diversos, empresarios de turismo, agricultores, campesinos, estudiantes, artistas, santiaguinos que tienen parcelas agrícolas o de agrado, pastores, artesanos, deportistas de élite que compiten a nivel internacional y se entrenan en las aguas del río (kayak-rafting), monta-

ñistas, ciclistas, terapeutas alternativos, antiguas familias, organizaciones de mujeres, comunitarias y sociales. En su gran mayoría unidos en contra del proyecto, en distintas ocasiones se han tomado el camino, para impedir que los camiones suban hacia las faenas en la cordillera. Esta situación ha perjudicado incluso a trabajadores cuyas familias se han manifestado en contra del proyecto[55]. Por otro lado se encuentra un grupo de empresas multinacionales y nacionales (AES GENER, Antofagasta Minerals y más recientemente Aguas Andinas, que administra la venta y el servicio de agua potable de los capitalinos). Estas empresas afirman ofrecer trabajo y apostar por el desarrollo local y comunitario de la zona, con acciones de responsabilidad social empresarial. Además, cuentan con el poder de lobby y de avisaje en los medios de comunicación. En el caso del grupo Luksic, es además propietario mayoritario de un medio de comunicación (Canal 13, www.canal13.cl y medios asociados). Finalmente, setenta kilómetros aguas abajo se encuentran más de 7 millones de personas, ocasionales turistas del sector, que en su gran mayoría no saben que este proyecto existe, que el agua que beben y de la que disponen a diario está siendo afectada por la construcción del complejo Alto Maipo, o que, según el Colegio Médico de Chile (2015) en 50 años el agua que provenga de esos ríos no podrá beberse. En esta lucha, bastante más compleja que la de un David contra Goliat, también hay que considerar a los periodistas y a las autoridades. Según los miembros del movimiento ciudadano, salvo contadas excepciones, se le da muy poca importancia a esta controversia en la agenda informativa y de opinión.

En relación a la articulación de acciones offline y online, en el caso de Alto Maipo se decidió analizar en tiempo real dicho intercambio y superposición, puntualmente durante la marcha familiar y nacional por la defensa del agua, convocada para el 5 de diciembre de 2015 en Santiago y a la que asistieron, según los organizadores, más de 30.000 personas, en tanto las autoridades estimaron la participación en 5.000 personas. De modo más específico, el

55 http://www.riosdelmaipo.cl/2015/11/19/alto-maipo-toma-represalias-contra-trabajadores-cuyas-familias-participan-en-protestas-en-contra-de-la-empresa/

equipo investigador se dividió en distintos espacios offline y online en los que se desplegó la marcha: etnografía en la calle de la marcha, seguimiento y análisis de redes en Twitter y monitoreo de la cobertura de la movilización en los medios de comunicación.

En conversación previa a la marcha de diciembre con los dirigentes de la Asamblea ciudadana ríos del Maipo (incluida su vocera, Marcela Mella), en su lugar habitual de reunión semanal en el mismo Cajón del Maipo, reflexionaban sobre la importancia de que esa movilización, un hito relevante y muy anhelado para la organización, fuera exitosa. Por esta razón prefirieron no conceder entrevistas relacionadas con estrategias de convocatoria a la movilización, ya que esto podría ser ocupado en su contra, como afirman les ha sucedido en otras ocasiones. Se comprobó que le otorgan mucha importancia a la cobertura informativa del movimiento, como una oportunidad de mostrar explícitamente la verdadera cara del proyecto en los medios tradicionales, a su juicio invisibilizado ante la ciudadanía[56]. Afirman que la labor periodística, así como figurar en los medios tradicionales son espacios de formación de opinión pública, de difusión de información a la ciudadanía y de su convocatoria. Sostienen que si bien los chilenos tienen el derecho a información transparente y fidedigna sobre el proyecto, no tienen acceso a dicha información, por lo que en particular los santiaguinos son ignorantes sobre un proyecto que, de ser ejecutado "no es ni compensable, ni mitigable" y cuyos daños "a nuestros hijos y nietos", así como al ecosistema "serían irreparables". En ese sentido recurren a medios electrónicos alternativos, a periódicos locales, priorizando también el cara a cara y la educación a pequeña escala. Manríquez (2015) estudió la cobertura periodística durante el período diciembre 2013 y octubre 2014 de este caso. De un total de 143 noticias de 13 medios de comunicación diferentes, 73 hablaban directamente del proyecto. El análisis subraya que la cobertura de prensa privilegia el

56 En efecto, como se dijo anteriormente, uno de los tres canales de TV abierta con alcance nacional en Chile, Canal 13, es de hecho propiedad del Grupo Luksic en un 67% , dueño además del Banco de Chile, uno de los principales avisadores en los medios y el resto de la propiedad de ese medio de la Pontifica Universidad Católica.

conflicto en torno a las manifestaciones en contra de la hidroeléctrica más que informar acerca del proyecto en sí.

Una de las excepciones en las que No Alto Maipo ha gozado de tiempo extendido de pantalla en televisión, con cobertura nacional, fue el reportaje *Aguas Turbulentas*, emitido por el programa de Chilevision *En la mira*, el 24 de junio de 2014, en horario prime. En el mismo canal, *Tolerancia cero*, emisión de actualidad política recientemente sacada del aire pero seguida fielmente durante años por los principales líderes de opinión invitó a la vocera del movimiento ciudadano, Marcela Mella, en octubre 2014. El reportaje de *En la mira* generó una reacción de la empresa AES Gener contra el canal, al formular una denuncia en su contra ante el Consejo Nacional de televisión (CNTV). Argumentó que se habría vulnerado el derecho a la información que tienen las personas y el pluralismo, pues el programa entregaría información sesgada e incompleta sobre el proyecto Hidroeléctrico Alto Maipo . El consejo acogió la denuncia y formuló cargos contra Chilevisión, quien a su vez presentó los debidos descargos, sin resultado a su favor. Los ejecutivos y abogados de la estación decidieron entonces recurrir a la Corte Suprema de justicia. La máxima instancia falló en octubre 2015, un año después, que la sanción del Consejo "no tiene justificación en un derecho a la información que, como se dijo, no constituye una limitación a las libertades de emitir opiniones y de informar". Incluso, señala el fallo, "el Consejo Nacional de Televisión ha interferido en dichas libertades constitucionales, de un modo que no se encuentra autorizado en derecho".

Así pues, en vista de esta manifestación del 5 de diciembre, cuyos organizadores esperaban superar la convocatoria anterior de 25.000 personas (julio 2015) a 30.000 (aunque también soñaban un escenario como el de la marcha nacional contra Hidroaysén de 2011, organizada en su momento por Patagonia sin Represas y que marcó un hito al reunir a 150.000 personas en distintas ciudades de Chile), el equipo de comunicaciones de la Coordinadora actualizó su principal plataforma de difusión oficial: su sitio web, premunido de facebook[57],

57 https://es-la.facebook.com/NoAlProyectoAltoMaipo/

twitter (#PorElAguaDeStgo, @NoAltoMaipo) y de videos para compartir, disponibles en YouTube, como el de #RealChile Episodio Alto Maipo (sobre las marchas anteriores en contra del proyecto) o uno de los más recientes *Montañas VS Ciudad. Drone.* Como su título lo indica, este último aprovecha la tecnología de los drones para grabar íntegramente los parajes de la cordillera y oponerlos con el gris de la ciudad y la contaminación de Santiago. #ChileReal se presenta como un espacio que narra el despertar audiovisual del país en materias ambientales, con un recorrido de norte a sur de los diversos conflictos ambientales, sociales y por el agua.

El mensaje de convocatoria estuvo disponible en el banner de la web (www.riosdelmaipo.cl, *Salvemos el río Maipo*, administrada por la Coordinadora Ciudadana Ríos del Maipo) y en las redes para la marcha, "*Vamos todos a la Alameda el 5 de diciembre. Por el agua de Santiago. No alto Maipo ¡Ahora!*". También se dispersó en afiches en los automóviles, en sedes comunitarias e incluso en las ventanas de algunas casas o departamentos. La cita fijaba las 11 horas, en la Plaza Italia, punto urbano neurálgico de la concentración y origen de las movilizaciones sociales en la capital en los últimos años. El llamado a la convocatoria del 5 de diciembre fue seguido de distintas noticias de tipo denuncia publicadas en el sitio web oficial de la coordinadora ciudadana: "Santiago sólo tiene agua asegurada hasta el próximo invierno, dijo el presidente de Aguas Andinas" (julio 9, 2015). Se despliega luego otra información: "Intervencionismo electoral de Alto Maipo en poblado del Alfalfal" (Octubre 26, 2015). Le sigue "Alto Maipo botando y esparciendo roca molida con arsénico en Alto Aucayes" (octubre 27, 2015), luego "Alcalde de San José de Maipo, Luis Pezoa, paga multa por no licitar áridos" (noviembre 13, 2015) y así sucesivamente. Las últimas entradas previas a la movilización de diciembre subrayaban que más de 80 organizaciones sociales se sumaron a la también denominada gran caminata familiar por el agua. Asimismo se produjeron videos en YouTube en los que actores de televisión llamaban a sumarse a la marcha ese día (recurriendo en fondo de pantalla a los marcadores #DigoNoAltoMaipo, #YoMarchoEl5).

Algunos de los integrantes de la coordinadora son twitteros activos y desempeñan un rol de líderes de formación de opinión pública en esta plataforma. En el caso de Nathalie Joignant - profesora universitaria e investigadora asociada del Centro de Economía de los recursos naturales de la Universidad de Chile - se trata de un liderazgo experto. Se unió a Twitter en julio de 2009 y la descripción de su perfil (@Natajoignant) termina con #NoAltoMaipo. A noviembre 2015 tenía 707 seguidores, 464 me gusta y 5059 tweets, mientras que después de la marcha del 5 de diciembre 731 seguidores, 874 siguiendo y 5.109 retweets. Desde una perspectiva cuantitativa y lineal, las cifras no varían mucho, pero sí cuando el punto de vista es de trama. En efecto, cada seguidor es a su vez un nodo potencial capaz de amplificar y complejizar la red en torno a la problemática de Alto Maipo, con potencial para que esta resuene en otros espacios online y offline, que de otro modo no sucedería. La red No Alto Maipo también se amplifica a través de otras plataformas online, como veoverde.com, greenpeacechile o avaazchile.org, que se hacen eco de las acciones emprendidas por la coordinadora o por otras organizaciones sociales opuestas al proyecto.

Como se podría esperar, la propia empresa generadora opera como fuente de información institucional a través de la web de la empresa (www.gener.cl), cuyo lema es "energía confiable". En ese mismo espacio hay informaciones sobre acciones de responsabilidad social hacia la comunidad, como la oferta de trabajo o la entrega de recursos por concurso para proyectos de desarrollo comunitario por convenio, en los que concurren la unión comunal de juntas de vecinos, la municipalidad y la compañía. La empresa comunica que destina para estos efectos "130 millones de pesos por un período de 30 años a la promoción y desarrollo de actividades productivas o de servicios que generen empleo local, al apoyo al deporte en sus diversas disciplinas, a la educación y capacitación; además del desarrollo social e infraestructura de uso comunitario" (2012).

En noticias más recientes se da cuenta de la presencia de la empresa en la fiesta costumbrista El Relvo (5 de octubre 2015), información corporativa acompañada de una fotografía con un lienzo en el que se lee "El Relvo está con

Alto Maipo" y se habla de una multitudinaria asistencia, además de los stands informativos de la empresa. En otras palabras, AES Gener se presenta asociada al desarrollo económico y cultural local e incluso nacional. Al mismo tiempo, en la web institucional están disponibles cartillas informativas en las que se destacan los beneficios de la construcción de la central y el bajo impacto para el ecosistema que involucrará su operación. Otra decisión de comunicación estratégica de la empresa es contar con antiguos ministros en el directorio de la empresa[58]. Frente a esta entrega informativa, la coordinadora intenta por su parte, además de optar por un sitio web activo y renovado, tener visibilidad en organizaciones no gubernamentales como *International Rivers* y en modalidad off line en el extranjero, como la visita de la delegación chilena a América del Norte y su reunión con representantes del departamento del Tesoro de Estados Unidos a fines de octubre 2015, para emplazar al gobierno de ese país a monitorear las acciones de la empresa estadounidense AES Gener en su propia casa.

La marcha del 5 de diciembre

No hay acuerdo oficial en torno a la cantidad de personas que marcharon en contra de Alto Maipo el 5 de diciembre. Durante la movilización, los animadores, subidos sobre la plataforma de un camión encabezado por un grupo de mujeres sanadoras del Cajón del Maipo dijeron que les informaban haber llegado a cerca de 40.000 personas. "¡*Todos los lienzos arriba! Esta fotografía se la vamos a mandar al ministro Máximo Pacheco. Que se escuche fuerte: "no queremos, no nos interesa, el Cajón del Maipo lleno de represas*". Familias, pobladores, estudiantes secundarios y universitarios, artistas, militantes de organizaciones sociales, comparsas y pasacalles, ciclistas, comités de allegados, colectivos animalistas, miembros del sindicato de actores y de artistas de Chile, representantes de

58 El 2014 el presidente del directorio era Jorge Rodríguez Grossi, economista, quien fue decano de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad jesuita Alberto Hurtado y triministro (economía, energía y minería) del gobierno de Ricardo Lagos el 2001. El año 2015 fue nombrado por el gobierno como presidente del Banco Estado.

comités de defensa del agua o del borde costero, provenientes de todo Chile y deportistas replican a coro. Posteriormente la coordinadora ciudadana bajó la estimación inicial a 30.000 participantes, mientras el gobierno contabilizó 5.000. La marcha fue cubierta por canales de televisión nacional (se comprobó cobertura en Chilevisión, CNN Chile, Tele sur, diarios impresos y electrónicos (La Tercera y El Mercurio, el primero con un artículo y el segundo con una foto con leyenda, The Clinic), radios de mayor audiencia (Bío Bío, Cooperativa, Universidad de Chile). Sin embargo la información es escueta. Como era de esperarse, ninguno de los medios realiza un seguimiento de toda la movilización, sino que reportearon sus hitos principales, salvo un equipo de televisión que siguió la movilización de principio a fin, al igual que un dron que sobrevoló la marcha, por lo que se estima que forman parte de la coordinadora ciudadana.

En total, decenas de representantes de organizaciones sociales radicadas de norte a sur del país - y que viajaron especialmente a la capital, tuvieron oportunidad de subirse al camión, de explicar las razones de su presencia en la marcha y lo que ocurre en su localidad o ciudad para mostrar la problemática del agua como una nacional. Desde el norte, por ejemplo, habla la vocera de la coordinadora del Río Loa, sobreexplotado y a punto de ser agotado por las mineras. "Las aguas robadas serán recuperadas", grita y repite varias veces la gente. Esta dinámica de participación de ciudadanos provenientes de todo Chile se repitió, sucesivamente, desde la Plaza Italia hasta que la marcha se encontró a metros del palacio presidencial de la Moneda, cuando culminó con el discurso de la vocera Marcela Mella y es imposible, por razones de espacio, nombrar a cada una de esas organizaciones. Asimismo participaron representantes de otros movimientos, como Marca tu voto, Asamblea Constituyente o Sidarte, el sindicato de actores y artistas de Chile. Además el diputado Daniel Melo, del Partido Socialista, que según los organizadores, a través del megáfono, desde un comienzo apoya al movimiento, al igual que algunos concejales del Cajón del Maipo, "que no bajan los brazos, que se dieron cuenta de lo que está pasando y que cumplen funciones para las que fueron elegidos". El representante

de Asamblea Constituyente celebra "que la ciudadanía se haga cargo de sus demandas, que no es adorno de las decisiones que afectan su futuro. Estamos aquí hoy día por la defensa del agua. Nos encontramos con un país depredador de nuestros recursos, donde observamos que existe una colusión entre un grupo de conservadores transversales que pretenden sostener sus privilegios a costa del presente y del futuro de todos los que habitamos este país. Todas las causas convergen en un marco constitucional que permite los abusos. Todas las causas convergen en un tipo de país del cual nosotros no fuimos parte en su redacción. Por eso queremos decir hoy fuerte y claro ( ) que necesitamos una asamblea constituyente, porque es la única manera que los grupos privilegiados no intenten sostener este país tal cual lo quieren para ellos. Este país nos pertenece a todas y todos".

El conductor también hace un llamado específico a difundir la marcha a través de las redes: "es impresionante la cantidad de gente, muy superior a las otras marchas. Como no queremos que esto sea invisible, vamos a reventar las redes sociales. ¡Todos a twittear, a usar el Facebook o lo que sea, para comentar, para mostrar las fotos, para mostrar testimonios, para mostrar que Santiago está despierto! "Alto Maipo, proyecto criminal, arsénico y plomo en la capital" vitorean los activistas. También se escuchan consignas en contra del acuerdo transpacífico y referencias al movimiento derechoal agua.cl.

¿Qué pasaba, entretanto, en las redes sociales, en particular en Twitter? Se siguió el marcador #NoAltoMaipo, ya que existía previamente y no fue creado ad hoc para la manifestación del 5 de diciembre de 2015, como sí ocurrió en el caso del marcador #porElAguaDeStgo. Además #NoAltoMaipo reporta de lejos una mayor frecuencia de uso en los días circundantes a la marcha (2 y 8 de diciembre 2015) en relación a otros, con 1649 actores y 7623 conexiones, versus 352 y 1296 respectivamente del que le sigue (#Por ElAguadeSantiago). El día de la marcha se observa un importante peak de actividad durante la tarde (la marcha se inició cerca de medio día), con casi 600 mensajes durante la hora de más actividad y dos peaks más moderados, pero significativos: el día anterior

y el día posterior. Asimismo, se exploraron indicadores de relaciones sociales más allá de ese marcador específico, en base a menciones (@usuario) o a retweet (RT). Se observó que de los 10 principales actores que centralizaron las relaciones y que las mediaron, los principales articuladores, además del organizador principal, usuario @NoAltoMaipo, son activistas individuales, es decir usuarios ordinarios. No fueron las organizaciones ni los medios. Por otra parte, este seguimiento permitió comparar la combinación a tener en cuenta entre cantidad de seguidores y su relevancia para la conectividad de la red, discutida anteriormente en este apartado. Por ejemplo, se puede tener menos seguidores en Twitter, pero impactar muy significativamente la conectividad de la red y por lo tanto su amplificación. En este caso ocurrió con @Catalina_Valpo, quien ayudó a difundir la temática a partir de otro territorio que Santiago (en este caso Valparaíso) o con @ginniasa, activista líder de opinión de Aysén (extremo sur de Chile).

El recorrido a través de la marcha del 5 de diciembre permite comprender la compleja articulación que se produce entre distintas dinámicas de comunicación que comparten escena en el caso de una movilización ciudadana y de una organización de la sociedad civil como No Alto Maipo que busca existir en el espacio público, informar e incluso alfabetizar a la ciudadanía, frente a una baja cobertura informativa tradicional sobre el proyecto hidroeléctrico Alto Maipo y sobre sus detractores.

3.3. Nueva constitución, proceso constituyente

En abril 2015, la presidenta Michelle Bachelet (2014-2018) anunció que ese mismo año se iniciaría un proceso constituyente para redactar y aprobar una nueva constitución para Chile. La actual data de 1980, fue creada durante el régimen militar, y aprobada por un plebiscito, sin vigencia del derecho ni de las libertades públicas. A pesar de las modificaciones introducidas durante los

gobiernos democráticos, varios sectores de la sociedad son favorables a la elaboración de una nueva Constitución para el país. Esta fue una de las promesas programáticas de la campaña presidencial de 2013 de la candidata presidencial de la coalición de centro izquierda Nueva Mayoría para su segundo gobierno. Después de elegida, la presidente Bachelet argumentó por cadena nacional de radio y televisión[59]:

> "El reclamo por una nueva Carta Fundamental no es un prurito de especialistas ni la obsesión de élites sobre ideologizadas. Es un objetivo planteado desde larga data por sectores democráticos; y levantado actualmente por una gran cantidad de organizaciones políticas, sociales, juveniles, regionales, sindicales, de género y representativas de pueblos indígenas; basada en los cuestionamientos antes referidos."

Entre las críticas de los sectores políticos opositores a la medida anunciada figura la baja votación de los chilenos en el balotage que dio el triunfo en segunda vuelta a Bachelet. Además, el anuncio se dio a conocer en un clima político y social enrarecido, en medio de las investigaciones al financiamiento ilegal de las campañas políticas, que toca a diputados y a senadores en ejercicio de distintos sectores políticos, así como indagaciones por casos de corrupción y de colusión en distintos ámbitos, los que incluso afectan, directamente, al círculo de la familia presidencial. Desde el anuncio a la ciudadanía por la primera mandataria, el interés de los periodistas por el proceso ha tenido una importante cobertura en los medios de comunicación, así como un seguimiento del cronograma del proceso en un comienzo60. Las acciones de comunicación

59 http://www.gob.cl/2015/10/13/discurso-de-la-presidenta-de-la-republica-al-anunciar-el-proceso-constituyente/

60 El proceso constituyente anunciado contempla 5 fases: 1) Proceso de educación cívica y campaña comunicacional a la ciudadanía sobre el proceso a través de videos, spots, "constitucionario" (disponible en constitucionario.cl) y cartillas informativas producidos por el gobierno; 2) Nombramiento de un consejo de observadores ciudadanos para asegurar que los diálogos

y educación propuestas por el gobierno, así como el trabajo del Consejo de observadores ciudadanos se alojan en la plataforma digital gubernamental unaconstitucionparachile.cl y lleva el lema siguiente: "*Por una Constitución debatida en democracia, para las nuevas generaciones de ciudadanos*". En esta se explica el mecanismo constituyente a través de videos, así como los elementos de una carta fundamental, por medio de un "constitucionario" con personajes animales animados. Tiene una cuenta en twitter, con el marcador @Constitucion_CL.

¿Qué ocurre entre la sociedad civil y las organizaciones ciudadanas a este respecto? Distintos sondeos de opinión pública arrojan desde 2013 a 2015 una preferencia clara de la ciudadanía por una nueva constitución y una tendencia mayoritaria a que el mecanismo sea una Asamblea constituyente. En la encuesta nacional de valores sociales de la Universidad de Santiago (USACH, 2015) el 51,1% de los consultados prefiere que el Congreso encargue el trabajo a una Asamblea constituyente, para luego ser ratificada por un plebiscito y un 17% contesta que dicha asamblea debe ser convocada y elaborada por las organizaciones sociales. Un porcentaje minoritario (2,6%) contesta que esta misión compete exclusivamente a los legisladores. En resumen, el 68,1% de los encuestados considera que el método preferido es la Asamblea constituyente.

Distintas organizaciones sociales, no gubernamentales o ciudadanas se han movilizado activamente, y con años de anticipación al anuncio presidencial, demandando una nueva Constitución, recurriendo a modalidades de movilización offline, online, articuladas y a través de los medios. Esta demanda incluso fue integrada a las movilizaciones estudiantiles de 2011 y en adelante. En 2013 se celebró en el antiguo Congreso nacional un encuentro ciudadano, que

---

"se lleven a cabo de manera transparente, libre, sin presiones ni distorsiones de ningún tipo" y de modo pluralista. 3) Diálogos ciudadanos en todo Chile a nivel comunal, provincial y regional (marzo-octubre 2016); 4) Entrega de las bases ciudadanas con las que la presidenta escriba la propuesta de constitución a enviar al congreso durante 2017 y 5) El congreso deberá votar la reforma a la carta de 1980 y habilitar al próximo congreso (2018-2022) para escoger entre 4 alternativas sobre cómo y quiénes decidirán sobre la nueva constitución: congreso, convención constituyente mixta (parlamentarios y ciudadanos), asamblea constituyente de ciudadanos o un plebiscito.

congregó a académicos, constitucionalistas, líderes sociales y a representantes de iniciativas de movilización constituyente de centro izquierda, con el apoyo de la Fundación Friedrich Ebert Stiftung y de la Fundación Chile 21. Se presentaron comparaciones de procesos de este tipo en Colombia, Ecuador, España y Brasil. El encuentro, bajo el lema *Nueva República: Manifiesto Plebiscito para una nueva constitución*, dio vida al libro *Plebiscito para una nueva constitución*, disponible gratuitamente en internet[61]. Al llamar a los lectores a firmar el plebiscito se argumentaba: "hemos pasado casi un cuarto de siglo de democracia con una Constitución heredada de una dictadura. Es urgente reparar este déficit fundamental de la transición chilena que constituye una deuda con las futuras generaciones".

Aunque no es el caso de Chile, a nivel internacional existen experiencias específicas de participación ciudadana, en las que se ha recurrido al diseño de plataformas online para reformar la constitución y que son consideradas, en cierta medida, como experiencias de activismo online. Tal es el caso de Islandia, durante 2011. A través de una plataforma especialmente diseñada, los islandeses podían consultar, semanalmente, los artículos propuestos por el Consejo constitucional, a cargo del proceso de reforma para su inclusión en la carta magna y comentar sobre la idoneidad de los mismos. En el modelo islandés, los textos propuestos se publicaron a la vez en Facebook y en Twitter. En YouTube se postearon entrevistas periódicas con cada uno de los 25 miembros del consejo constitucional y en Flickr se retrató el trabajo de los consejeros.

Además del sitio web del gobierno chileno ya reseñado, en torno al anuncio de un proceso constituyente han emergido distintas experiencias de articulación offline, online, básicamente de dos tipos: ciudadanas[62] o relaciona-

---

61 Plataforma editorial issuu.com: http://issuu.com/nuevarepublica/docs/libro_plebiscito_nueva_constituci__

62 Con distinto nivel de actualización no ampliadas en este capítulo operan: 1) *Plebiscitoahora.cl*, una plataforma online organizada por cerca de 20 organizaciones sociales para reunir firmas e invitar a otras organizaciones sociales a adherirse a un plebiscito y al reemplazo de la carta fundamental; 2) *Asamblea constituyente* (asambleaconstituyente.cl) se define como una comunidad informativa virtual. Hay que registrarse y votar, pero presenta alta actividad durante 2013);

das con fundaciones o centros de estudio. En este estudio de caso sólo se amplía la información de experiencias que presentaron mayor actividad offline-online durante la fase de investigación.

Iniciativas ciudadanas: Marca AC, marca tu voto y Poder social constituyente

Marca AC, marca Asamblea Constituyente es una iniciativa ciudadana de índole pluralista en favor de la Asamblea Constituyente, que se dio a conocer masivamente en los medios de comunicación, en internet y a través de las redes sociales en 2013, en el marco de la campaña presidencial y parlamentaria de ese año. Sus organizadores recurrieron a videos educativos virales, para explicar a los ciudadanos de qué se trata este movimiento político. Los videos muestran acciones de AC con ciudadanos en distintas partes del país y explicitan las necesidades de cambio de la carta magna actual, tales como reconocer a los pueblos originarios, dejar a los ciudadanos decidir por los recursos naturales, incorporar el plebiscito y la participación ciudadana, entre otros. Su objetivo fue que los chilenos y chilenas marcaran AC en sus votos, asegurando a la ciudadanía que el gesto de escribir ambas iniciales sobre las papeletas no invalidaba su preferencia, sino que la objetaba, por lo que en la práctica se podría contabilizar cuántos electores preferían esta opción. En mayo de ese año, personalidades del mundo social, político, académico y cultural lanzaron la campaña. Durante los comicios desplegaron a apoderados de mesa AC, voluntarios en casi todo Chile. Las

---

3) *Constituyente.cl* se autodenomina *En la vía popular y de los pueblos a la constituyente social* (constituyente.cl); 4) *Constituyente Chile* (constituyentechile.cl), del Movimiento por la Asamblea constituyente de Chile dispone de una plataforma que informa sobre distintas movilizaciones y acciones ciudadanas a favor de la asamblea constituyente en todo Chile. También da cuenta de los distintos foros de debate sobre el tema celebrados en distintas ciudades e información sobre congresos internacionales, como el VI Congreso internacional Poder constituyente celebrado en Panamá en noviembre 2015, con Chile como expositor junto a Panamá, Cataluña, Grecia, Ecuador y España y 5) *Poder social constituyente* (podersocialxac.wordpress.com, que afirma ser una "articulación de ciudadanos, movimientos y organizaciones sociales que trabaja en Chile mancomunadamente por una Asamblea Constituyente".

acciones de las organizaciones sociales adherentes a Marca tu Voto estaban previamente presentes e integradas en las movilizaciones por la educación de 2011, por ejemplo, pues para sus dirigentes el argumento de cambiar la constitución era la manera de garantizar educación pública y gratuita, o el derecho a la salud. De hecho, entre los adherentes de AC Marca tu voto figuran los principales líderes universitarios de las movilizaciones de 2011 y 2012, además de poetas, actores, comediantes y escritores. La campaña recurrió a Twitter (@MarcaTuVoto), Facebook (Movimiento por la Constituyente) y a la web movimientoporlaconstituyente.cl, que ya no sigue vigente. Marca AC figura inscrita como Asamblea Constituyente en Twitter desde agosto de 2013 (twitter.com/Marca_AC, @marca_AC) y acostumbran retuitear al movimiento español Podemos (@ahorapodemos). Si bien Marca AC mantiene un perfil propio en internet, forma parte del referente chileno Poder Social Constituyente, creado en 2014 y que reúne a su vez a más de 150 organizaciones no gubernamentales, movimientos ciudadanos, centros culturales y firmantes individuales. Tal como consigna la edición chilena de Le Monde Diplomatique, Poder social constituyente se define así:

> "Es una nueva articulación, diversa y abierta, de organizaciones, movimientos sociales, estudiantiles, de trabajadores/as, de pobladores/as, de pueblos originarios, medioambientales, de la diversidad sexual, y ciudadanos y ciudadanas que demandan un proceso constituyente vinculante y democrático, vía Asamblea Constituyente. Convoca a diversas fuerzas y personas que ya han estado movilizándose por esta demanda- entre ellas, Marca AC, Foro Social por la AC, Wiki AC y Constituyente Concepción e invita a todos quienes quieran sumarse a este sueño de transformación social para lograr la democratización definitiva que el país espera."

Una de las primeras acciones que marcó la creación de ese movimiento social que también participó en la marcha Nacional por la Asamblea Constituyente de 2014, fue la entrega en el palacio de La Moneda ese mismo año, por

parte de representantes del referente, del manifiesto titulado "Sin AC no hay nueva Constitución", en el que demandaban a la presidenta una nueva constitución. Otra de las estrategias de comunicación off line practicadas desde su creación es realizar diversos encuentros ciudadanos en regiones. Asimismo, emplean un sitio web Wordpress y recurren a Facebook (www.facebook.com/podersocialAC/). La estrategia empleada por los organizadores del movimiento por una Asamblea Constituyente, en ese caso, fue que la marcha ocurriera sucesivamente a lo largo de Chile durante cuatro días, entre el 21 y el 24 de noviembre. Esto para asegurar la difusión local y permanecer más tiempo en la agenda informativa de los medios de comunicación de cada ciudad.

Fundaciones y centros de estudio: Tu constitucion.cl y lalupadelaconstitucion.cl

Tu constitucion.cl, "tus sueños, nuestro futuro" es un proyecto promovido por la Fundación Democracia y Desarrollo (www.fdd.cl), del ex presidente Ricardo Lagos (2000-2006). Lanzó la plataforma web en conferencia de prensa el 24 de marzo de 2015, afirmando que "la tecnología nos permite lo que ayer no era viable y debemos aprovechar los avances del nuevo siglo para enriquecer la participación ciudadana". Al final del proceso, en marzo 2016, se entregará a la presidenta Bachelet un texto constitucional en base a los aportes recibidos. Tras revisar los archivos de prensa disponibles en la web de *tu constitución.cl*, se aprecia una cobertura importante al lanzamiento, si bien hay una tendencia a asociarla directamente con Lagos como su titular o gestor, más que a dar cuenta de la idea defendida por sus organizadores, en torno a que se trata de una iniciativa de participación ciudadana transversal. Este encuadre periodístico se intensifica a lo largo del año y se puede ejemplificar con el titular de un artículo publicado el domingo 29 de noviembre de 2015, uno de los días con mayores índices de lectoría de diarios en Chile: "Ex Presidente Lagos alista propuesta

constitucional para marzo". Según el director del proyecto63, sin embargo, *tuconstitucion.cl* es una plataforma de participación digital que busca levantar contenidos constitucionales desde la ciudadanía y aprovechar la oportunidad que las tecnologías ofrecen a los procesos democráticos basados en la coordinación de la inteligencia colectiva. En entrevista al diario chileno La Nación, declara:

> "No estamos elaborando una Constitución, estamos recogiendo las opiniones de los ciudadanos chilenos y sumando sus ideas para una nueva Constitución ( ). Se busca que la ciudadanía pueda exponer sus propias ideas, deseos y sueños en relación a la ley fundamental que es la Constitución "y a la que le decimos como metáfora la casa de todos, que es donde nos sentimos protegidos".

El concepto central, afirman, es la práctica de crowdsourcing de ideas aplicada a los procesos políticos, que incluso puede mejorar la democracia, pues, "por primera vez en la historia las tecnologías digitales nos permiten aprovechar el poder y conocimiento disperso en la sociedad para colaborar en proyectos a escalas inimaginables en el pasado", afirma Luis Santana, director de proyectos de la Fundación. Para participar hay que inscribirse en la plataforma, que actúa como un repositorio y que no promueve la interacción abierta entre los ciudadanos. El equipo de profesionales se divide en tres áreas: 1) ciudadanía y redes; 2) comunicaciones y plataforma digital y 3) área jurídica y de contenidos. Al entrar a la plataforma se lee el llamado "Envía hoy tus propuestas para la nueva Carta Fundamental, una que también sea Tu Constitucion". Los contenidos recibidos son procesados por profesionales del área de historia y de ciencia política, encargados de clasificar las ideas en siete macro capítulos y alrededor de 100 subtemas o casillas constitucionales, en base a una estructura previa que contiene toda carta fundamental (tales como nacionalidad, ciudadanía, garantías constitucionales, educación, descentralización o mecanismos de reforma,

63 Gonzalo Cowley. El proyecto recibe financiamiento de la Fundación Telefónica.

entre otros). Periódicamente deben entregar los aportes ciudadanos a un consejo directivo, compuesto por un grupo de 16 abogados constitucionalistas, con distintas orientaciones políticas, académicos e investigadores de nueve universidades o centros de estudio. El consejo es presidido por Ricardo Lagos[64].

A primera vista *tuconstitucion.cl* parece existir tan solo en modalidad online. Sin embargo, se articula con la sociedad civil a través de talleres de educación cívica y de entrega de información in situ sobre el proyecto. Esto está a cargo del área de los profesionales del área de ciudadanía, que trabajan con organizaciones de muy diversa índole, principalmente localizadas en la Región Metropolitana. La plataforma también promueve debates temáticos específicos para motivar a la ciudadanía a opinar, así como encuestas periódicas de opinión sobre distintos temas. Las profesionales del proceso sostienen que si bien a través de internet uno puede llegar a distintos públicos y que los ciudadanos pueden aportar en distintos momentos, de acuerdo a motivaciones y opiniones muy diferentes, el trabajo en terreno directo es fundamental. Aclaran que uno de los límites es la "ilusión deliberativa". Es decir que la gente crea que su opinión se va a traducir en una toma de decisión. Por eso consideran relevante el procesamiento de las ideas, "que la gente sienta su aporte tomado en cuenta".

Para participar en tuconstitucion.cl, quien quiera compartir ideas, realizar consultas en línea o debatir debe inscribirse en el sitio web o a través de las cuentas de usuarios de redes sociales, salvo que forme parte de alguna de las 81 organizaciones sociales o instituciones que el equipo de ciudadanía tenía como meta contactar para trabajar en terreno (15 centros de estudio, 66 organizaciones y agrupaciones). La selección de las organizaciones obedece a agendas temáticas, en temas como ciencia y tecnología, descentralización, personas con discapacidad, diversidad sexual, educación, infancia, laicismo, medio ambiente y animales, migrantes, movimiento constituyente, igualdad de género,

64 En este plano el proyecto no ha estado exento de polémicas. Uno de los constitucionalistas invitados al proyecto, Fernando Atria, renunció al consejo, por considerar que la invitación inicial cambió de perspectiva y que se alejaba del propósito por el cual fueron convocados. Su renuncia fue comentada por el ex Presidente a través de la prensa.

participación política ciudadanía transparencia, pobreza, salud y voluntarios. Los miembros de las organizaciones pueden entregar sus aportes por escrito en terreno, enviarlos por mail o crear un perfil de usuario. Las contribuciones de las organizaciones pueden realizarse en nombre de un colectivo o de modo individual. En cuanto a la participación por género de los usuarios de la plataforma, según datos entregados sus profesionales, en noviembre 2015 había más hombres (60,8%) que mujeres (39,2%). A pesar de estar alojada en internet, un 66% de las visitas a la página son de la Región Metropolitana. Le siguen las regiones de Valparaíso, Biobio, Maule y Araucanía, lo que sin duda desafía los alcances y los propósitos deseados por el propio proyecto, ya que la interacción en línea se mantiene muy centralizada. Hasta noviembre 2015, se consignaron 80.000 visitas y 29.000 interacciones en la plataforma. El rango de edad de mayor participación es: 25 a 34 (cercano al 25%), seguido del tramo 35-44, próximo al 18%. Cercanos al 15% están los tramos 18-24 y 55-64. Levemente por debajo figura el rango 45-54. Los usuarios menos frecuentes son los mayores de 65 años. Alrededor de 10% de las visitas provienen del extranjero (Estados Unidos, Francia, España y Argentina, entre otros). En cuanto al uso de redes sociales propuestas por la página se distribuye como sigue: impresión de tuits (392.000), visitas al perfil (15.455), impresiones de posts en Facebook (1.714.941) y total de clicks en los post (12.807 a septiembre 2015).

La página tiene distintas secciones: un glosario constitucional de consulta abierta, sin requisito de inscripción previa; un espacio de plataforma ciudadana**,** definida como una plataforma colaborativa de propuestas para una nueva Constitución y una sección "en los medios", con los archivos y contacto de prensa. Desplazando la página hacia abajo se presentan distintas opciones a las cuales ingresar si inscrito: ideas, grupos de discusión, debates, opiniones, encuestas y buzón de los sueños. El buzón de los sueños también existe en modalidad offline. Es una caja de cartón que puede llevarse a su lugar de trabajo, organización o comunidad, para recibir sueños de papel, procesados luego por los profesionales del proyecto. Otra sección, la línea constitucional, presenta las distintas constituciones y sus modificaciones, descargables. También hay una

sección de noticias, videos de participantes, dossiers de discusión sobre algún tema constitucional y una sección con material descargable acerca de la historia constitucional de Chile. La plataforma incluye más de 20 consultas breves en línea. También alojó durante un periodo al proyecto *La constitución que yo quiero*[65] (laconstitucionqueyoquiero.cl), un concurso de propuestas de ideas dirigido a profesores y alumnos de enseñanza primaria y secundaria, con el patrocinio de Unicef, la OEI y Fundación Chile, que tiene por objetivo la educación cívica en torno al sistema político chileno entre las nuevas generaciones.

Lalupadelaconstitucion.cl

Esta plataforma, con licencia *creative commons*, fue creada en respuesta directa al anuncio del proceso constituyente realizado por la presidenta Michelle Bachelet en octubre de 2015. En la misma línea, entre sus secciones establece el seguimiento a los compromisos hechos y al estado de avance del proceso. La página web consta de diez secciones: Inicio, Constitución, Gobierno, Derecho, Noticias, Opina, Vota, Columnas de opinión, Nosotros y Descargables. Explicita su razón de ser como sigue:

> En los últimos años, se ha hecho más valioso para la ciudadanía la creación de herramientas y mecanismos que tienen relación con la participación ciudadana y esto ha fomentado que los ciudadanos les exijan a los gobiernos que los sistemas políticos sean más transparentes y participativos. Es por esto que la Universidad del Desarrollo ha creado la Lupa de la Constitución, una platafor-

---

65 El concurso nace en 2013, con 27 colegios participantes, impulsado por el Núcleo Milenio para el Estudio de la Estatalidad y la Democracia en América Latina y la Facultad de Educación de la PUC de Chile y la Biblioteca del Congreso Nacional. Responsables: Juan Pablo Luna, Ph.D, PUC y Ana María Farías, PhD PUC, cientistas políticos. En 2015 concursaron 96 propuestas en distintas niveles de enseñanza, aunque la categoría organizaciones estudiantiles quedó desierta y hubo cuatro ganadores. Según Farías (2015), la plataforma les ayudó a más que triplicar las propuestas, a incluir videos de convocatoria en YouTube, así como usar Facebook y Twitter para difundir la iniciativa entre los niños, adolescentes y profesores.

ma digital de participación ciudadana que pretende ser un aporte a la discusión pública en materia constitucional y cuyo objetivo central es fomentar la participación ciudadana.

Su objetivo, se afirma, es aportar a la discusión de la creación de una nueva Constitución, fomentar la participación ciudadana y la educación cívica. Esto a través de infografías y videos cortos. Los usuarios pueden votar y aportar con sus ideas y opiniones sobre lo que les gustaría que incluyera una nueva Constitución. La principal novedad de esta plataforma, dependiente de la Universidad del Desarrollo, es el anuncio de una alianza con dos medios de comunicación, canal de televisión CNN Chile y Radio Bio Bio para hacer el seguimiento a la actualidad noticiosa y al cumplimiento de los pasos del proceso anunciados por el gobierno. Si bien para enviar una idea hay que registrarse y entrar al sitio, en la sección "participa-tu propuesta" se ponen en vitrina algunas de las contribuciones recibidas, a su vez propuestas a votación. Algunos ejemplos de los más votados son la idea de un Chile federal: "me gustaría que Chile fuera un tanto más descentralizado, pero en un sentido completamente benéfico para el país (…) Si Chile fuera dividido por estados, cada estado podría estar más preparado ante cualquier situación". Otra propuesta que obtiene adhesión es que todos los políticos tengan un contrato con las mismas cláusulas que cualquier trabajador, que si faltan se les descuente el día y con dos faltas consecutivas sin aviso se les despida. También que todos los decretos de ley sean definidos por la ciudadanía y propuestos por la misma. Algunos de los participantes aparecen con la foto de su perfil o con la imagen personal que los identifica. Los documentos descargables son artículos especializados recientes publicados en revistas científicas, relacionadas con este proceso. En la sección constitución está disponible el subtema "*otras constituciones en el mundo*", que incluye un mapa en el que se puede hacer click sobre los países en los que ha habido procesos constituyentes y conocer sus particularidades. El mapa interactivo fue confeccionado a través de la plataforma infogr.am, gratuita, que promueve la creación de cartas e info-

grafías, recurso empleado por Transparencia internacional, el Huftington Post, Euronews y la Universidad de Cambridge, entre otros. Las constituciones de América Latina están en una sección especial, así como una comparación entre las constituciones. Asimismo, es posible inscribirse a un newsletter. Todos los contenidos pueden ser compartidos por Facebook y YouTube.

4. Conclusiones

El análisis de la articulación de las lógicas de comunicación-acción online offline en el caso de las movilizaciones estudiantiles de 2011 muestra que si bien los jóvenes adolescentes y universitarios hicieron uso del repertorio comunicacional disponible indistintamente en ambos espacios - tanto para asociarse, organizar el movimiento, como para comunicarse con la ciudadanía y sumarla a la participación - dicho uso no es lineal (como si el online precediera o sucediera al offline o viceversa), sino que simultáneo e indivisible. Para un joven activista conectado, probablemente la esfera pública no se localiza ni se construye exclusivamente en el off line, como tal vez sigue ocurriendo en los "tiempos y espacios de la política tradicional" (Portillo et al, 2012). La política tradicional focalizaba y en buena medida todavía focaliza su práctica de comunicación y su tiempo, prioritariamente, en el de los medios tradicionales, así como en el mundo físico material. Para los jóvenes, en cambio, la esfera pública es no solo mixta (material-inmaterial, offline-online), sino que esa mixtura no se puede desarticular. Al parecer, comprender sus estrategias de comunicación-acción no puede hacerse desde un código de lectura secuencial ni cronológica (switch online, switch offline, switch mixto). En otras palabras, el espacio público está, para ellos, en permanente co-construcción, de modo contingente, según sea la acción que está en juego (convocar, denunciar, debatir, negociar, resolver, co existir con otros movimientos y demandas, etc.). En ese sentido, el acceso diferenciado a los recursos online durante 2011 de los liceanos en relación a

los universitarios (por ejemplo menor acceso de los adolescentes a teléfonos inteligentes por su costo elevado), así como no contar con periodistas contratados por las asociaciones estudiantiles (como sí ocurrió en las federaciones universitarias de la Universidad de Chile, de la Universidad Católica o la Confech), además de la prioridad acordada a Twitter como nueva esfera de comunicación de los líderes de opinión por los estudiantes universitarios podría explicar, en parte, por qué los voceros de las asociaciones de estudiantes secundarios de la época se sintieron marginados de la cobertura periodística y de la agenda noticiosa.

Con todo, hay dos elementos transversales a los que tanto los dirigentes secundarios como los universitarios le conceden mucha importancia para el éxito del movimiento. Primero, el trabajo offline de diagnóstico y de levantamiento de propuestas, traducido a un mensaje inclusivo con el que la gente a convocar se sintiera representada. Segundo, el rol de los medios de comunicación tradicionales para que la ciudadanía se informe, converse sobre el movimiento e incluso lo apoye (más importante que el "me gusta", o que las firmas en una modalidad de redes sociales). Es decir el rol de los medios en la formación de opinión pública del ciudadano común, que todavía opera principalmente bajo el código offline, el pulsómetro, como afirmaba uno de los dirigentes secundarios de 2011 entrevistados. Ello es particularmente relevante, pues estos medios, junto con perder la exclusividad de la representación de la realidad que antes detentaban, son articuladores, a su vez y más que nunca, de dos generaciones, los estudiantes nativos digitales con aquella ciudadanía (autoridades, familias), aún mayoritaria, cuyos referentes simbólicos y de realidad, siguen siendo los medios tradicionales.

No Alto Maipo, por su parte, representa un proceso de articulación del online y offline al que en el caso del activismo ambiental se le hace muy cuesta arriba concitar la atención de los medios tradicionales, al igual que ocurre con la mayoría de los movimientos ambientalistas en otros países de la región. Sus acciones, salvo contadas excepciones en esta experiencia puntual, de ser cu-

biertas por la prensa nacional son reducidas a referencias escuetas y al pasar, en torno a una movilización en las noticias. Esta situación precisamente los hace muchas veces desarrollar estrategias y no desgastarse en convocar la coyuntura informativa nacional para lograr ser cubiertos en otros países o a través de organizaciones internacionales y, una vez concitando la atención internacional ser considerados por los medios en su propio territorio. Lo que aquí parece estar en juego, en términos comunicacionales, es el manejo de la agenda informativa de los medios para el éxito de estos ciudadanos activistas. Esto recuerda, como afirman Ulianova y Estenssoro (2012) al analizar la emergencia de la problemática ambiental en el espacio social y político chileno, que si bien asistimos a nuevas formas de asociatividad y a la emergencia de nuevos actores políticos en este ámbito, siempre requieren de presencia altamente mediática y de conexiones con redes internacionales, para posicionar a nivel global sus demandas.

En cuanto a la experiencia del proceso constituyente, cuyo inicio no puede reducirse al anuncio presidencial de octubre 2015, sino que se remonta al activismo de decenas de organizaciones ciudadanas y sociales de la sociedad civil en el tiempo, el on line aparece como un complemento identitario importante, al permitir existir materialmente como organizaciones activas. Sin embargo, como hemos visto se produce una suerte de caos en el ciberespacio en torno a la identificación de los distintos movimientos y sus puntos de vista, desorden que se profundiza cuando el internauta, eventualmente interesado en participar, se da cuenta que algún sitio no se ha actualizado, status difícil de sostener en el mundo online. También se discutió cómo este proceso se acompaña de la emergencia de dos grandes plataformas online, una de un centro de estudios de un ex presidente (tuconstitucion.cl) y otra de una universidad privada (Universidad del Desarrollo, lalupadelaconstitucion.cl), que podrían identificarse editorialmente con la centroizquierda en el primer caso y con la centroderecha en el segundo. Ambas se anuncian como espacios de participación ciudadana, pero en la práctica tuconstitucion.cl opera más bien como un repositorio momentáneo (un año de duración) de las contribuciones ciudadanas y de los temas que

sus usuarios relacionan con la discusión de una nueva constitución para Chile, los que no son públicos, para sistematizarlos en un documento común, a ser anunciado al país al final del proceso. Es inevitable, eso sí, disociar dicha plataforma de la figura de un ex presidente, como de hecho ocurre con la prensa. En el segundo caso, lalupadelaconstitucion.cl, hay una opción por compartir parte de las ideas de los ciudadanos en torno a una nueva Constitución y sobre todo la decisión de aliarse con dos medios de comunicación de alta audiencia y confianza entre la ciudadanía -en términos de independencia, imparcialidad y pluralismo informativo- como son CNN Chile (el único país en tener un canal CNN en tanto tal en América Latina) y Radio Bio Bio, medio tradicional que se encumbró durante el terremoto y maremoto de 2010 como uno de los con mayor credibilidad entre los chilenos y chilenas.

Como se ve, en los tres casos seleccionados - como afirman Sorj y Fausto (2015)- el impacto de internet en la comunicación y la movilización social en la esfera pública en general (y en la sociedad civil en particular) no revoluciona necesariamente las formas de participación política, ni puede recrear las instituciones democráticas. Más bien, lo que se observa es una complejidad de actores heterogéneos, interconectados y articulados en un devenir off line online que sólo puede entenderse en superposición (Sorj, 2015). Sin embargo, en la tercera ola de los movimientos sociales descrita por este último autor, es decir, la de aquellos que aprovechan el ciberespacio como un elemento central de su actuación pública, reconocemos transversalmente en los tres casos analizados la importancia que tienen los periodistas y la cobertura informativa en los medios tradicionales, al menos hasta ahora, para los activistas en esta articulación.

5. Bibliografía y fuentes citadas

Baeza, J. (2003). Culturas juveniles. Acercamiento Bibliográfico. *Revista Medellín*, 29 (113), pp.7-39.

Bennet, W.L. & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 15(5) 739-768

Condeza, R. (2009). Las estrategias de comunicación de los adolescentes. *Cuadernos de información*, 24, 69-80.

Fernández-Labbé, J. (2013). La protesta social en Chile (2006-2011): conflicto social y repertorios de acción en torno a los movimientos estudiantil, mapuche y ambiental. Colección *Working Papers GIGAPP*. Instituto universitario Ortega y Gasset (mayo 2013, 29p.).

Fernández-Labbé, J. (2013). Movimiento estudiantil en Chile 2011: repertorios de acción, marcos de acción colectiva, impactos y desafíos para la política pública. *Circunstancia*, 11 (31), mayo 2013, 10p.

Hopke, J. (2015). Occupy is not a place: A cross-case comparison of the 15M and Occupy movements. *Convergence: The International Journal of Research into New media Technologies, 0-0*, pp.1-20.

INJUV (Instituto Nacional de Juventud, Chile, 2012). Séptima encuesta nacional de juventud. Santiago: INJUV.

Meunier, D., & Condeza, R. (2012). Le mouvement 2.0 des lycéens chiliens de mai 2006: Usages des Tics et action collective. *Terminal, Technologie de l'information, culture Société,* 111, 33-48.

Ministerio de Educación (2013). SimceTIC. Informe de resultados. Santiago: Mineduc.

Moraga, P. (2012). Principio 10 y desarrollo eléctrico: Participación y acceso a la justicia en miras a la implementación de tribunales especializados. *Revista de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso*, 39, pp.291-317.

Mundaca, R. (2015). *La privatización de las aguas en Chile. Causas y resistencias.* Santiago: América en movimiento. Disponible en: http://americaenmovimiento.cl/wp-content/uploads/2015/01/agua-03-introduccion1.pdf

Portillo, M., Urteaga, M., González, Y., Aguilera, O & Feixa, C. (2012). De la generación X a la generación @. Trazos transicionales e identidades juveniles en América Latina. *Última década*, 20 (37), 137-174.

Puga, I. (2011). Escuela y estratificación social en Chile: ¿cuál es el rol de la municipalización y la educación particular subvencionada en la reproducción de la desigualdad social? *Estudios Pedagógicos, 37* (2), 213-232.

Quintana, A. (2010), De la cultura juvenil a la ciber cultura juvenil. Más allá del prefijo de ciber. Ciberculturas juveniles, *Revista IDEP*, 18, pp.77-93.

Scherman, A., Arriagada, A. & Valenzuela, S (2015). Student and Environmental Protests in Chile: The Role of Social Media. *Politics*, 2015 (35) 2, 151-171. DOI: 10.1111/1467-9256.1207

Schuster, M. (2008). La desafección de los chilenos con los partidos políticos. Diferencias entre jóvenes y el resto de la población. *Observatorio electoral*, 1 (7), Octubre 2008, 8p.

Sorj, B. (2015). Online/offline: La nueva onda de la sociedad civil y la transformación de la esfera pública. (Sumario, pp.10-15). En Sorj, B. & Fausto, S. (ed.). *Internet y movilizaciones sociales. Transformaciones del espacio público y de la sociedad civil*. Sao Paulo: Plataforma Democrática.org.

Subtel (2015) *Encuesta nacional de acceso y usos de internet. Gobierno de Chile. Subsecretaría de telecomunicaciones*. Fecha de publicación: 16 de octubre 2015. Disponible en: http://www.subtel.gob.cl/wpcontent/uploads/2015/04/Presentacion_Final_Sexta_Encuesta_vers_16102015.pdf

Stager, M. & Núñez, J.L. (2015). *Uso de internet en Chile: la otra brecha que nos divide*. Santiago: Centro de estudios digitales. Fundación País digital.

USACH (2015).*Estudio de valores sociales. Síntesis de resultados. Medición enero 2015. http://www.fae.usach.cl/fae/docs/estudioDeValores/EstudioValoresSociales01-2015.pdf (N=724)*

Colombia

María Paula Martínez[1]
Estefanía Avella Bermúdez[2]

1. Introducción

2. Panorama del ambiente legal y político en el que opera la sociedad civil, incluyendo el Ciberespacio

3. Estudios de caso

3.1 El Paro Nacional Agrario PNA

3.2 La marcha de las putas

3.3 La marcha por la vida

4. Hallazgos y Conclusiones

5. Bibliografía

1 Maria Paula Martínez, politóloga y periodista. Profesora en el Centro de Estudios en Periodismo de la Universidad de los Andes en Bogotá. Co-autora del informe Mapping Digital Media (OSF). Creadora de MediosenColombia.com. Becaria de Chicas Poderosas 2015. mp.martinez132@uniandes.edu.co

2 Estefanía Avella, antropóloga y politóloga. Periodista del medio digital Cerosetenta. me.avella1083@uniandes.edu.co.

1. Introducción

Desde 1991, la nueva constitución de Colombia[3] definió el país como heterogéneo, multiétnico y plurireligioso[4], como un Estado social de derecho y como una República democrática, participativa y pluralista que promueve las condiciones de igualdad para favorecer a grupos discriminados o marginados. Esta nueva carta instauró, además, mecanismos de participación democrática directa (como el referendo, el plebiscito, cabildos abiertos) y legitimó a los movimientos sociales como actores políticos. No obstante, aunque la nueva constitución abrió y garantizó espacios para la movilización social, no se puede desconocer que la conformación de la sociedad civil se remonta a principios del siglo XX con el nacimiento de las primeras organizaciones sociales, específicamente de sindicatos de trabajadores que acudían a las huelgas como su principal herramienta de protesta. Según el académico Francisco Hernández, "los primeros sindicatos y las primeras huelgas se trataron de trabajadores especializados tales como los ferroviarios, vidrieros, obreros, sastres, zapateros, carpinteros, ebanistas, etc"[5]. En la segunda mitad del siglo, en el contexto de la implementación del Frente Nacional (la alternación del poder presidencial entre dos partidos políticos opuestos[6]), la sociedad civil en sus diferentes manifestaciones estuvo activa y tuvo puntos álgidos de participación en momentos determinados. Para el historiador Mauricio Archila, durante las décadas anteriores a la Constitución del 91, la sociedad y las distintas expresiones de con-

3 Constitución Política de Colombia, título I, artículo 1, consultado http://www.senado.gov.co/images/stories/Informacion_General/constitucion_politica.pdf

4 Hasta este momento, la Constitución de 1886 establecía a Colombia como un estado católico (art 38) .

5 Francisco Hernández, *Sindicalismo en Colombia. Implicaciones sociales y políticas*, (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2004), 60.

6 Se llamó Frente Nacional al periodo comprendido entre 1958 y 1974 durante el cual el Partido Conservador y el Partido Liberal se rotaron el poder ejecutivo cada cuatro años. La alternancia dio fin a un periodo de violencia bipartidista, pero excluyó a los demás partidos.

flictividad social no se mostraron inertes ante la percepción de desigualdades y exclusiones; incluso reconoce que actores como los indígenas y las mujeres —a pesar de su poca visibilidad— ampliaron, desde ese momento, el espectro de los conflictos sociales en el país[7].

Los movimientos sociales en Colombia han estado determinados en gran medida por las dinámicas políticas y económicas del país, lo que significa un terreno frágil para su consolidación, pero sobre todo, para su permanencia en el tiempo. Al respecto dice Archila "la desinstitucionalización de la acción social y la precaria autonomía, amenazada aún más por las diversas manifestaciones de violencia, son realidades contundentes que muestran la debilidad de nuestros movimientos sociales. Si bien la responsabilidad de esta situación no es exclusiva del Estado, pues algo les compete a los mismos actores sociales y a sus aliados, no es menos cierto que este resultado lo compromete aún en su propia fortaleza selectiva de presencia diferenciada"[8]. Durante el siglo XX, al menos lo que comprende los años anteriores a la Constitución de 1991, en Colombia hubo persistencia de la protesta social, pero difícilmente puede hablarse de movimientos sociales consolidados como tales. "Las organizaciones gremiales, a pesar de agrupar a importantes sectores de la población, no son suficientes para superar la debilidad de los actores sociales. No porque estén divididas o porque no sean centralizadas y de cobertura nacional, [sino] por baja representatividad de algunas estructuras organizativas"[9], dice Archila. Más recientemente, posterior a la constitución y con el cambio de siglo, los movimientos sociales y la acción de las ONG se han visibilizado ante su resistencia a los cambios impuestos por un entorno de globalización neoliberal. En el contexto

7 Mauricio Archila, *Idas y venidas, vueltas y revueltas. Protestas sociales en Colombia* 1958 – 1990. (Bogotá: Cinep, 2005), 215.

8 Ibid, 373-374.

9 Ibid, 470-471.

del Plan Colombia[10] y la firma de diversos TLC y del Área de Libre Comercio para las Américas (Alca)[11], se ha agudizado la protesta por parte de movimientos sociales en el país y a nivel internacional[12]. Así mismo, el conflicto armado ha influenciado el devenir reciente de la organización social en el país. La violencia ha tenido efectos negativos en tanto a asesinatos, desplazamientos y exilio de dirigentes y activistas, además del debilitamiento de las mismas organizaciones que en algunos casos tienden a desaparecer. Pero también hay que considerar, según Archila, que la misma violencia ha propiciado "respuestas valientes de parte de los actores sociales. [...] La gente sigue resistiendo, aunque en condiciones difíciles"[13].

En Colombia las luchas sociales también han estado determinadas por un contexto de conflicto armado interno —el más antiguo en Latinoamérica. Esto ha supeditado la política interna y desatado luchas y protestas por parte de la sociedad civil que se manifiesta en contra de la violencia, de los efectos secundarios que generan las acciones del gobierno para mitigar el conflicto y de los intentos institucionales por generar un desarrollo económico y social que

10 Durante la administración de Andrés Pastrana (1998-2002) se consolidó el acuerdo bilateral entre Estados Unidos y Colombia denominado Plan Colombia. Desde 1999, el gobierno estadounidense comenzó a proveer asistencia económica para, principalmente, incrementar la lucha antinarcóticos, además de expandir y consolidar la presencia del gobierno en el territorio nacional y mejor las condiciones de vida de los colombianos más vulnerables a través de oportunidades sociales y económicas. El Plan continuó durante la presidencia de Álvaro Uribe Vélez y a principios de 2016 se celebró el decimoquinto aniversario. En el contexto del proceso de paz la alianza ha tomado nuevos rumbos y según lo acordado en enero de 2016 entre el presidente Juan Manuel Santos y Barack Obama, a partir de 2017 las ayuda del país norteamericano será destinada al posconflicto y especialmente a proceso de desminado humanitario.

11 El Área de Libre Comercio de las Américas (Alca) designa la expansión del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (Estados Unidos, México y Canadá) al resto de los estados del continente americano excluyendo a Cuba. Colombia ha firmado TLC con estos tres países.

12 Mauricio Archila, "Los movimientos sociales en la encrucijada del siglo XXI". *En En la encrucijada. Colombia en el siglo XXI*, ed. Francisco Leal Buitrago, (Bogotá: Grupo editorial Norma, 2006), 281.

13 Ibid, 276.

beneficia a inversionistas extranjeros y que perjudica la industria nacional[14]. Según el Centro de Investigación y Educación Popular (Cinep), en los últimos años en el país se han presentado nuevas modalidades de lucha entre las que se encuentran las acciones de resistencia y desobediencia civil ante el conflicto armado[15]. Un claro ejemplo de ello es precisamente la marcha del 4 de febrero de 2008, que contó con la participación masiva de doce millones de colombianos. Paralizaron avenidas con pancartas en mano, camisetas blancas y, con un espíritu de indignación colectivo, lograron consolidarse como la marcha que cambió la movilización social en Colombia. Su originalidad radicó no sólo en su masiva asistencia nacional e inclusive internacional, sino en el hecho de haber surgido en Facebook a manos de un cibernauta del común.

Ese día el periódico más grande del país, *El Tiempo*, escribió:

> "La historia dirá que la primera gran marcha realizada en distintas partes del planeta, de manera simultánea y convocada por una red social (Facebook), se hizo contra las Farc, un grupo "terrorista" acusado de secuestrar y asesinar en Colombia, y que millones de personas reaccionaron en su contra marchando de manera pacífica en todos los continentes"[16].

Para entonces Facebook tenía cuatro años de haber sido lanzado en Estados Unidos y tan solo uno de su versión en español. Luego vendrían la Prima-

14 Según un informe de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, ANIF, el balance de los TLC en 2013-2014 fue negativo para el país. No sólo el valor exportado cayó en los últimos doce meses a marzo de 2015, sino que las afectaciones en los flujos de comercio se dieron en acuerdos y sectores neurálgicos del país. Consultado El Nuevo Siglo, Junio 10, 2015.

15 Centro de Investigación y Educación Popular, *Luchas sociales en Colombia*, 2013. (Colombia: Cinep/Programa por la paz, 2014), 558, http://comosoc.org/IMG/pdf/informe_especial_cinep_protestas_2013.pdf.

16 El tiempo.com, "Marcha contra las Farc, mayor movilización en la historia del país", *El Tiempo*, (febrero 4, 2008), consultado 20 de octubre, 2015, http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3945957

vera Árabe en 2010, *Occupy* en 2011 y otros movimientos y campañas sociales que empezaron a habitar el ciberespacio demostrando la existencia de un nuevo escenario público de encuentro de masas. En Colombia, internet volvería a mostrar su fuerza con la campaña presidencial de Antanas Mockus en el 2010, al producir el fenómeno digital de política 2.0 conocido como La Ola Verde.

En un país con un histórico alto nivel de abstención —en las urnas del 60 por ciento— la campaña electoral del Partido Verde logró una movilización digital sin precedentes, atrayendo a los jóvenes que por iniciativa propia produjeron *flashmobs*[17], piezas digitales, videos, imágenes; convirtiendo las redes sociales en espacios abiertos de expresión política. En éstas se creó un ambiente de comunidad y apoyo alrededor de un candidato atípico en el contexto colombiano, sin familia política, ni partidos tradicionales que lo apoyaran. Mockus, que es un académico de ascendencia lituana, exrector de la Universidad Nacional de Colombia y creador de la ONG Corpovisonarios[18], se convirtió en un político "anti-político", que emocionó y aún emociona sectores de la juventud a través de las redes sociales.

Más recientemente, el actual proceso de paz que adelanta el gobierno con la guerrilla de las Farc en La Habana, Cuba, ha hecho parte fundamental de la transformación de la sociedad civil colombiana. Desde el inicio de los diálogos, en 2012, se estableció la agenda con cinco temas a negociar, uno de ellos la participación política. En este punto se discutieron precisamente los derechos de los movimientos sociales y las garantías para la movilización social en el país. En el "Acuerdo General para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera" se reconoció la necesidad de dar garantías a la oposición política. Además, en el borrador conjunto referente a este punto de

17 *Flashmob* es un concepto nuevo (2003) que se usa para referirse a actos multitudinarios relámpago. Una acción o intervención en el espacio público organizado por un grupo de personas que realiza algo inusual o inesperado y se dispersa rápidamente.

18 Corpovisionarios es una ONG creada por Antanas Mockus dirigida a hacer investigaciones interdisciplinarias sobre cultura ciudadana. Esta corporación estuvo a cargo de la organización y del desarrollo de la Marcha por la vida de 2015.

la agenda y firmado en 2013[19], se considera que para la construcción y consolidación de la paz se requiere una ampliación democrática que permita el surgimiento de nuevas fuerzas en el escenario político y social para enriquecer el debate y la deliberación en torno a las problemáticas nacionales. Esto supone garantías para que los ciudadanos, asociados en diferentes organizaciones y movimientos sociales y políticos, desarrollen sus actividades y contribuyan a la expresión de los intereses por diferentes medios, incluyendo la protesta social. Según estos pre-acuerdos, la movilización y la protesta se consideran formas de acción política legítima que enriquecen la inclusión y la ciudadanía crítica, al igual que el ejercicio activo de la libertad de expresión[20]. Si bien la Constitución de 1991 supuso el reconocimiento y ampliación de los derechos de los ciudadanos y especialmente la protección de los que constituyen minorías y grupos marginalizados, la eventual firma de los acuerdos de paz supondría también una mayor promoción tanto del pluralismo político como de las organizaciones, movimientos sociales y sus líderes que requieren garantías y nuevos espacios de acción.

En este contexto de conformación y transformación de la sociedad civil colombiana —que recientemente ha estado determinado por los diálogos de paz—, se han desarrollado movimientos y movilizaciones que han planteado nuevas formas de protesta y que para su materialización se han valido de los avances tecnológicos y de un panorama de interconexión local, regional y mundial. Este es el caso de las tres movilizaciones que se desarrollan en el presente capítulo.

---

19 Gobierno Nacional y Farc-ep, *Participación política: apertura democrática para construir la paz,* (La Habana: Mesa de conversaciones, 2013).

20 Eleonora Rabinovich, "Protesta, derechos y libertad de expresión". En *Vamos a portarnos mal*, ed. Rabinovich, Magrini y Rincón, (Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina C3 FES, 2011), 17.

2. Panorama del ambiente legal y político en el que opera la sociedad civil, incluido el Ciberespacio

Colombia es un país de 48 millones de habitantes, ubicado al norte de Suramérica y en frontera con Panamá, Ecuador, Perú, Venezuela y Brasil. Con un Producto Interno Bruto (PIB) de 377,7 mil millones de dólares, según cifras del Banco Mundial[21], es la tercera economía del cono sur después de Brasil y Argentina y la segunda con mayor crecimiento en los últimos años. Colombia tiene una de las democracias más estables de la región con un gobierno elegido con voto popular de forma casi ininterrumpida desde finales del siglo XIX. Sin embargo, es una democracia en guerra que desde hace más de 50 años sufre de un conflicto armado interno de guerrillas y es uno de los países más desiguales del mundo con un coeficiente de GINI de 53,5[22].

La Constitución de 1991 creó la Corte Constitucional para garantizar la integridad y supremacía de la carta constitucional, y a través de sus fallos —que en su mayoría han defendido los principios de igualdad, dignidad humana y libre desarrollo de la personalidad—, ha demostrado favorecer la sociedad civil. Según el académico Esteban Restrepo, las decisiones de la Corte se han valido de "un arsenal lingüístico [cotidiano e inclusivo] que permite la formación y el fortalecimiento de movimientos sociales [...] más permanentes, tendentes a la contestación y al desmantelamiento de las estructuras más extendidas de opresión social"[23]. De ahí que desde el momento de su implementación se haya registrado una tendencia al ascenso en el número de luchas sociales anuales en

21 Banco Mundial. "Datos Colombia", consultado noviembre 10, 2015, http://datos.bancomundial.org/pais/Colombia

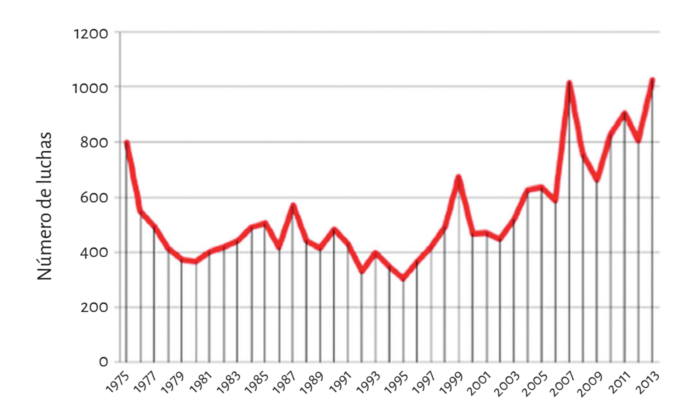
22 Banco Mundial. "Índice de Gini", consultado noviembre 12, 2015.

23 Esteban Restrepo, "Reforma constitucional y progreso social: "Constitucionalización de la vida cotidiana" en Colombia", en Sela (*Seminario en Lationamérica de Teoría Constitucional y Polítca*) *Papers*, (Estados Unidos: Yale Law School Sela, 2002). Consultado octubre 12, 2015, http://digitalcommons.law.yale.edu/yls_sela/14.

Colombia, que en los últimos años tienen las mayores cifras registradas desde 1975. Según un informe del Cinep durante el año 2013 se registraron 1.025 protestas que dan cuenta de un alto nivel de movilización, de elevados niveles de participación ciudadana y de una notoria visibilidad de los actores que hacen parte de estas luchas[24].



Imagen 1. Trayectoria de las luchas sociales en Colombia (1975 - 2013)[25]



Entre las modalidades de movilización están los paros, huelgas de hambre, invasiones, bloqueos de vías, disturbios, toma de entidades, acciones de resistencia y marchas (estas últimas fueron las más registradas para el 2013 —58 por ciento—). En cuanto a los sectores de la población que han liderado las movilizaciones en el país, desde los años noventa hay una disminución relativa de la visibilidad de los actores campesinos y asalariados, mientras que se registra un aumento de sectores como el de los trabajadores independientes y habitan-

24 Centro de Investigación y Educación Popular, op. cit. 555.

25 Ibid, 556.

tes de las ciudades[26]. Así, entre 1975 y 2010 los asalariados (que incluyen obreros y empleados) y los campesinos (arrendatarios y colonos hasta propietarios rurales medios) habían librado el 27 por ciento y el 16 por ciento de las luchas respectivamente, a diferencia de los habitantes urbanos/cívicos (ciudadanos indiscriminados que llevaron a cabo acciones) que fueron protagonistas del 23 por ciento de las protestas en esos años y los trabajadores independientes (por cuenta propia) del cinco por ciento. Los estudiantes (tanto de secundaria como universitarios) han mantenido su presencia en un 14 por ciento. En contraste, en las cifras más recientes (2013), los campesinos registraron un 12 por ciento, los asalariados un 17 por ciento, los trabajadores independientes un 11 por ciento y la población urbana un 32 por ciento[27].

En lo que respecta al panorama digital del país cabe resaltar que Internet llegó a Colombia en mayo de 1994. Tres años después de inaugurada la Constitución Política, llegó en un momento en que Colombia enfrentaba el auge del narcotráfico, las guerrillas, grupos paramilitares de extrema derecha y la corrupción. Las tecnologías de información y las comunicaciones (TICs) fueron una promesa de felicidad; los primeros cinco años (1994-1999) transcurrieron sin mayores transformaciones más allá de la proliferación de computadores y la popularización relativa del servicio en las ciudades. En el año 2000 Colombia inauguró el primer cable de banda ancha a través de una conexión de fibra óptica y el celular se comenzó a masificar. En 2008 el internet móvil a través de operadores de telefonía celular inició su popularización. Junto con la expansión del teléfono móvil y las nuevas redes sociales el gobierno, en 2010, puso en marcha el plan "Vive Digital", con el propósito de aumentar la conectividad en todo el territorio colombiano e implementar una serie de avances tecnológicos relacionados con transparencia y servicios digitales.

26 Según Martha Cecilia García, coautora del informe del Cinep publicado en el 2014, en la caracterización de los actores que lideran la lucha social en Colombia se hace referencia a asalariados como trabajadores con contrato formal, que devengan un salario y están adscritos al sistema de seguridad social, y a trabajadores independientes que laboran por cuenta propia.

27 Centro de Investigación y Educación Popular, op. cit. 556.

Los usuarios de internet en Colombia han crecido de forma significativa en los últimos años. Según el último reporte del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones MinTic (2015)[28] hay actualmente en Colombia 10,7 millones de suscriptores a banda ancha, lo que significa un aumento de más del 200 por ciento desde 2010 cuando apenas se reportaban tres millones; sin embargo, sólo el 40 por ciento del país estaría conectado de esta forma. Según la Comisión de Regulaciones de las Comunicaciones (CRC) y datos del Sistema de Información Unificado (SIUST), el 38,1 por ciento de los hogares colombianos tienen acceso a internet y, en cuanto a individuos, hay 10,6 suscriptores a Internet por cada 100 habitantes y 56,6 a Internet móvil[29]. Adicionalmente, el Banco Mundial dice que 53 de cada 100 colombianos son "usuarios" de internet[30].

La telefonía móvil, de otra parte, tiene una penetración que supera el 115 por ciento, con más de 55 millones de líneas activas. Mientras que la tenencia de computadores en los hogares es aún relativamente baja; según la CRC a 2014 sólo en el 27,5 por ciento de hogares hay un computador de escritorio, en el 24,2 por ciento un computador portátil y en el 13,3 por ciento una tableta[31]. Según la página de estadísticas Internet World Stats, para el 2015 la cifra de usuarios de Facebook que residen en Latinoamérica era de más de 290 millones de personas[32]. En la región, Colombia se ubica en cuarto lugar en números absolutos, con 28,5 millones de personas, después de Argentina con 34, México con 60 y Brasil

28 Comisión de Regulación de Comunicaciones, *Informe de Industria del Sector* TIC *septiembre de 2015*, (Colombia: CRC, 2014), 30, http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-13464_archivo_pdf.pdf .

29 Ibid, 6

30 Banco Mundial. "Datos usuarios de internet", consultado noviembre 10, 2015, http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2

31 Comisión de Regulación de Comunicaciones, Op.Cit. 31.

32 Internet World Stats. "Internet users in Latin America Novembre 2015", consultado diciembre 10, 2015, http://www.internetworldstats.com/stats10.htm

con 117 millones (2015). Esto hace de Facebook la red más popular en la región (igual que en el mundo) y la de mayor crecimiento[33]. Según ComScore, Colombia —de acuerdo con cifras de 2014— tiene un total de 11,5 millones de visitantes únicos/mes en Facebook y le lleva gran ventaja a las demás redes como LinkedIn con 3,8 millones, Twitter con 2,6 y Google+ con 2,5[34].

En cuanto a Twitter, Latinoamérica es, según el Global Web Index, la segunda región con mayor porcentaje de usuarios de esta red, en relación con los usuarios de internet, después del Medio Oriente y África. Según el MinTic, en Colombia las redes sociales son el uso más popular que le dan los colombianos a Internet con un 63,2 por ciento, seguido de obtener información con un 61,7 por ciento y correo y mensajería con un 57,6 por ciento[35]. De acuerdo con ComScore, con un 55,4 por ciento Colombia ocupa el primer lugar en promedio de uso en sitios de redes sociales en la región, seguido por Brasil con 53,6 y Uruguay con 50,6[36]. A enero de 2016 el presidente Santos tiene un poco más de cuatro millones de seguidores en su cuenta de Twitter @JuanManSantos y ha publicado cerca de 10 mil tuits. Se unió a la red en agosto de 2009, el periodo previo a las elecciones de 2010, donde salió ganador. En su carrete de novedades se pueden ver en promedio tres tuits diarios. En 2012 Colombia ocupó el puesto doce a nivel mundial con mayor número de cuentas en Twitter según el estudio realizado por Semiocast[37]. Ese mismo año, el presidente Juan Manuel Santos ocupó el puesto ocho entre los 10 mandatarios más populares en Twitter según el ranking. En esta lista estaban en total cinco líderes de la región: Dilma Rouseff, Cristina Fernández, Enrique Peña Nieto y Hugo Chávez.

---

33 Internet World Stats. "Intrnet Users in the Americas by Geographic Regions – November 30, 2015", consultado diciembre 10, 2015, http://www.internetworldstats.com/stats2.htm

34 ComScore, *Futuro Digital Colombia*. (Colombia: ComScore, 2014), 20, https://www.comscore.com/lat/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2014/2014-Digital-Future-in-Focus-Colombia.

35 Comisión de Regulación de Comunicaciones, op. cit, 32.

36 ComScore, op. cit. 18.

37 Comisión de Regulación de Comunicaciones, op. cit, 32.

A continuación el análisis de tres movilizaciones sociales que se desarrollaron en este contexto digital: el Paro Nacional Agrario PNA, la Marcha de las putas, y la Marcha por la vida. Tres temas que habitaron el ciberespacio, se impusieron a la mediática del poder y al gobierno y se convirtieron en un fenómeno de la calle. Fueron apoyadas por e-ciudadanos y por marchadores de a pie; por medios y por políticos. Se tomaron las calles con pancartas y afectos, y la web con *memes*[38], videos y muchos tuits.

3. Estudios de caso

3.1 El Paro Nacional Agrario PNA

El Paro Nacional Agrario hace referencia a una serie de movilizaciones campesinas que tuvieron lugar en el segundo semestre del 2013 en Colombia, un año antes de las elecciones presidenciales y legislativas, mientras el gobierno nacional y las Farc discutían el tema agrario en las negociaciones en La Habana. Durante su desarrollo se realizaron bloqueos y protestas en las calles y carreteras, en diferentes lugares del país y con la participación de distintos gremios del sector. Por primera vez, además de los 200 mil campesinos que marcharon, muchos ciudadanos —especialmente cibernautas ubicados en las ciudades— se solidarizaron inicialmente vía redes sociales y después en la calle con una lucha hasta entonces invisible y marginada del debate público. Como precedente al PNA, en febrero de 2013 se dio un primer paro cafetero y meses más tarde, el 10 de junio de 2013, tuvo inició una gran movilización al nororiente del país, en la región del Catatumbo[39] (departamento de Norte de Santander),

38 Los memes son piezas digitales, generalmente fotografías o vídeos de tono satírico y humorístico que se comparten de forma masiva por las redes sociales y por internet.

39 El Catatumbo es una zona ubicada en el nor-oriente del país de la que hacen parte 11 municipios y es territorio fronterizo con Venezuela. Por sus condiciones climáticas y su ubicación geográfica muy estratégica con extensos cultivos de coca y con reservas de petróleo, carbón y uranio, es una zona de disputa de grupos armados desde hace décadas.

en la que los campesinos de la zona salieron a las calles para protestar ante el abandono del gobierno; nada que no hubiera pasado antes en la historia del país. Lo novedoso vendría después con Twitter, Facebook, YouTube y un ciberactivismo que conectó la urbe con el campo, como nunca antes.

El PNA inició el 19 de agosto de 2013 en zonas rurales del país. La intención de movilización por parte de los trabajadores de varios sectores agropecuarios —en primera instancia del movimiento de la dignidad cafetera— se había anunciado dos meses antes y tanto el gobierno como el sector papero, arrocero, cebollero, lechero, camionero, minero, entre otros, sabían que la movilización no tenía vuelta atrás. La protesta sería en contra de lo que César Jerez, líder campesino del Catatumbo y del PNA, denominó como el quiebre de la economía campesina y de pequeños productores a causa de las políticas macroeconómicas adoptadas por el gobierno: "la consolidación de esas políticas con el TLC (firmado en el 2011 con EE.UU.) que afectaron a todos los campesinos fueron la línea central de las movilizaciones"[40].

Como bien lo menciona la académica Carolina Cepeda, el movimiento campesino, como sucede con la naturaleza de todos los movimientos sociales, comparte la idea de cambio social ante el histórico conflicto por la tierra y el inconformismo que hay por parte de este sector de la población contra dichas políticas macroeconómicas. De ahí que Jerez haga énfasis en que "…el paro campesino del Catatumbo y los paros agrarios del 2013-2014, son unos paros contra el modelo….". Son luchas contra el *statu quo,* que hacen exigencias de cambio en un sector determinado —en este caso el gobierno— y que buscan promover una transformación real. Añade Cepeda, sobre este tipo de manifestaciones: "[…] no se pueden quedar solamente en redes pequeñas de discusión ni acciones puntuales de sólo unos pocos que están movilizados, sino que tiene que crecer buscando que los simpatizantes se conviertan en militantes. Así puede hacerse el tránsito de un movimiento de conflicto a uno de consenso, lo que no quiere decir que haya consenso con el poder estableci-

40 César Jerez, entrevistado por María Paula Martínez y Estefanía Avella, Bogotá, octubre 8, 2015.

do, sino con el resto de la sociedad"[41]. Este fue precisamente el panorama del PNA de 2013.

Aunque se había anunciado que sería una marcha pacífica, al segundo día el Instituto Nacional de Vías (Invias), reportó 15 carreteras restringidas por la ocupación de manifestantes y 61 personas capturadas por generar disturbios[42]; la zona más complicada fue el departamento de Boyacá, al interior del país. Guillermo Prieto La Rotta, más conocido como Pirry, oriundo de la zona y reconocido periodista de televisión, describió el PNA así: "desmadres policiales, actos de vandalismo, ciudades sitiadas, carreteras desoladas, caminos bloqueados, mercados desabastecidos, millones de litros de leche vertidos en el sifón. La gobernabilidad de un país cuestionado en medio de arengas, cecerolas y enfrentamientos"[43].

Al cuarto día de protestas, la cifra de carreteras bloqueadas había aumentado a 30 en todo el país y 15 mil agentes de policía habían sido desplegados por el territorio para controlar las protestas. Los actos violentos que se estaban generando y los enfrentamientos entre la fuerza policial y los manifestantes estaban acaparando la atención total de los medios que se limitaban a transmitir este tipo de noticias. Vía las redes sociales, en cambio, empezaban a circular mensajes y peticiones concretas del campesinado. Cuando el PNA completó una semana, y por fin comenzaban las negociaciones entre los líderes campesinos y el gobierno, se llevó a cabo el primer "Cacerolazo" que congregó entre 40 mil y 50 mil personas en la Plaza de Bolívar en la ciudad de Tunja. Las redes sociales fueron el medio elegido para la convocatoria y para la transmisión en directo de las protesta a través de videos y comentarios, especialmente vía Twitter.

---

41 Carolina Cepeda, entrevistado por María Paula Martínez y Estefanía Avella, Bogotá, agosto 31, 2015.

42 Elespectador.com, "Bloqueadas 15 vías en segundo día de paro", *El Espectador*, (agosto 20, 2013), consultado octubre 20, 2015, http://bit.ly/1ShvfzV

43 Guillermo Prieto, *La Rebelión de las Ruanas*, Canal RCN, Especiales Pirry, 2013. https://www.youtube.com/watch?v=4NBgdrBBEn4

Imagen 2. Cacerolazo en Tunja, Boyacá a través de Twitter.



La iniciativa pronto se replicó en otras ciudades del país. En la noche del 26 de agosto se congregaron alrededor de cinco mil personas en la plaza de Bolívar en Bogotá y desde ese momento las movilizaciones en la ciudad fueron constantes. Así mismo sucedió en Manizales, Girardot, Medellín, Armenia y Cali en los días posteriores. Desde ese momento las redes sociales fueron un espacio de unión y de cubrimiento (por parte de ciudadanos y medios de comunicación) de las movilizaciones que tuvieron lugar en el país.

El 29 de agosto, varias organizaciones convocaron a la marcha en Bogotá. Los estudiantes jugaron un papel protagónico y fue desde las mismas universidades que se organizaron los puntos de salida a la manifestación que terminaría en la Plaza de Bolívar de la capital. La movilización fue caracterizada por disturbios en el centro de la ciudad. El agudo ambiente de la movilización

generó inestabilidad de los diálogos entre las partes. El gobierno argumentaba que los desmanes que se estaban presentando en el país obedecía a que las peticiones de los campesinos tenían fines políticos asociados al movimiento de izquierda Marcha Patriótica[44]. Dichas acusaciones fueron negadas por los líderes de los movimientos agrarios. Sin embargo, es importante resaltar que el campesinado y los problemas relacionados con la tierra y el agro hacen parte de la agenda histórica de las Farc. Es preciso, además, situar la movilización en un contexto político más amplio, pues las marchas relacionadas con el PNA fueron realizadas en medio de una crisis de los diálogos de paz en la Habana, en los días en los cuales se discutían los temas relacionados con la reforma rural[45].

Los movimientos campesinos y dignidades agropecuarias que participaron en las marchas en todo el país no son comunidades espontáneas sino organizaciones de base que han demostrado una capacidad organizativa y de movilización. Los líderes campesinos convocaron y movilizaron a su gremio por la vía tradicional —lejos de internet—, pero lograron, gracias a la web, generar una empatía con ciudadanos ajenos al conflicto y a las exigencias del sector rural. Además, usaron la plataforma digital para denunciar los casos de abuso policial que se dieron en el marco de los bloqueos. Para la investigadora Carolina Cepeda es claro que "…los campesinos salieron a marchar porque fue casi

44 El Movimiento Político y Social Marcha Patriótica (MAPA) inició su conformación el 20 de julio de 2010, cuando se conmemoraba el bicentenario de la independencia de Colombia. Se autodefine como un movimiento comprometido con la defensa de la causa popular e inspirado en el legado histórico de las luchas del pueblo colombiano. Dentro de sus objetivos de lucha está promover y dinamizar la variedad de formas de organización y movilización en cualquier región de Colombia, independientemente de su sector, representatividad o cantidad.

45 Uno de los primeros temas tratados en los diálogos de la Habana fue la Reforma Rural Integral, RRI, un proyecto que en los preacuerdos a los que llegaron el gobierno y las Farc, está definido como la base para la transformación estructural del campo "determinante para impulsar la integración de las regiones y el desarrollo social y económico equitativo del país. La RRI debe lograr la transformación de la realidad rural colombiana, que integre las regiones, erradique la pobreza, promueva la igualdad, asegure el pleno disfrute de los derechos de la ciudadanía y como consecuencia garantice la no repetición del conflicto y la erradicación de la violencia". Borrador Conjunto del 06.06.2014 http://www.naiz.eus/eu/hemeroteca/gara/editions/2014-09-26/hemeroteca_articles/el-gobierno-y-las-FARC-publican-sus-acuerdos-para-mayor-transparencia .Recuperado el 21 de enero, 2016.

su única alternativa para denunciar un conflicto, un estado de cosas. Los ciudadanos del común, por el contrario, lo que hicieron fue solidarizarse, no con el sufrimiento de los campesinos porque su sufrimiento no equivale al de ellos, pero sí pudieron entender cuál era el conflicto y tomar partido por ellos"[46]. De ahí que los mensajes en las redes sociales y de las convocatorias para la movilización en las ciudades tuvieran siempre frases como "¡En solidaridad con nuestr@s campesin@s, este agosto soplan vientos de dignidad y rebeldía! ¡Vamos a movilizarnos en toda Colombia porque el campo colombiano somos tod@s!".

Las organizaciones campesinas que participaron son movimientos sociales de base *offline*, que mostraban su inconformismo ante las políticas del gobierno y reclamaban cambio. Lo novedoso estuvo en que por primera vez en muchos años parecía que su mensaje hacía eco gracias a la web. Según César Jerez, también creador de la ONG Prensa Rural, en las manifestaciones de 2013 "...por primera vez se generó conciencia en todo el país y una metodología de movilización que se dio en las ciudades a través de redes sociales"[47]. Fueron más de 20 días de protesta nacional que, según la Mesa Agropecuaria y Popular de Interlocución y Acuerdo (MIA), logró congregar aproximadamente 200 mil campesinos en 17 departamentos y 40 carreteras del país. Gracias al PNA, dice Jerez, una parte de la sociedad colombiana y de la opinión pública entendió por primera vez cuál es el problema estructural y de fondo por la tierra que está asociado al conflicto armado. Para Jerez, el desarrollo del PNA reflejó los cuatro elementos fundamentales del conflicto colombiano que ha perdurado por décadas: "un problema de acceso a la tierra, un problema de la formalización de la propiedad rural, un problema de desarrollo que genera pobreza, inequidad y exclusión, y también un problema del ordenamiento territorial"[48].

46 Carolina Cepeda, entrevistado por María Paula Martínez y Estefanía Avella, Bogotá, agosto 31, 2015.

47 Cesar Jerez, entrevistado por Estefania Avella y María Paula Martínez, Bogotá, octubre 8 de 2015.

48 Op.cit, 37

En términos de visibilidad y capacidad de influencia, el PNA hizo evidente que los movimientos sociales hoy tienen en internet su propio parlante. El papel de los medios de comunicación sigue siendo importante, pero ya no es el medio exclusivo, ya no tienen el monopolio de la información. Ahora, los campesinos podían repartir su mensaje de forma rápida y masiva. Cuenta Jerez que parte de su labor consistía en desarticular el libreto o discurso oficial a través de las redes sociales: "…en el paro campesino yo le dedicaba dos horas al día a Twitter para revertir la tendencia. Yo era uno de los líderes del paro y entendía que había que moverse en redes sociales para desmontar la manipulación mediática. Por eso fue que los medios oficiales tuvieron que hablarnos a nosotros…".

Otro ejemplo que ilustra el papel de las redes sucedió a principios del paro cuando el presidente Santos pronunció una de las frases políticamente más costosas de su gobierno: "el tal paro nacional agrario no existe"[49]. Desde ese momento la ciudad se solidarizó, como nunca antes, con el campo, las redes se llenaron de imágenes de bloqueos y disturbios, y el *hashtag* "ElTalParoSiExiste" se convirtió en tendencia no sólo en Twitter sino en todo el país.

Hay que recalcar que las redes no fueron determinantes para el desarrollo de las marchas en el sector rural, pero sí lo fueron para la solidaridad que se dio en las ciudades. Jerez reconoce que las dinámicas de comunicación del PNA se dieron, en un inicio, de la forma tradicional de campesino a campesino, mediante asambleas y reuniones de los líderes con la comunidad, pero poco a poco empezaron a habitar el ciberespacio: "el mundo rural es una cosa y el urbano es otra. En el campo no hay señal para comunicarse, pero en las ciudades están las redes sociales. Nosotros somos los invisibles que se visibilizan a través de las redes sociales". Una vez congregadas las movilizaciones, la web se convirtió en una herramienta que facilitó la divulgación de la información y que posteriormente funcionó como un instrumento de coordinación de acciones, principal-

49 En 2013, una semana después de empezado el PNA, Juan Manuel Santos pronunció la frase "El tal paro nacional agrario no existe" en http://www.semana.com/nacion/articulo/santos-el-paro-nacional-agrario-no-existe/355264-3

mente dentro de las ciudades. De acuerdo con César Pachón, líder de las dignidades paperas en el PNA, "las redes sociales sirvieron para revertir el discurso y "destapar las mentiras [...] Para mí y para nuestro movimiento agrario [...], una de las fortalezas que tenemos los movimientos sociales es que las redes sociales en este momento están tratando de obligar a los medios de comunicación a que sean más neutrales"[50]. Las redes sociales fueron el medio de comunicación con el alter, con el otro que no milita en ninguna organización y que compone a la mayoría de la sociedad colombiana. Fue precisamente a través de las redes que, una vez la población campesina ya estaba en las calles, los movimientos agrarios pudieron responder a lo que para ellos fue "la desinformación de los medios de comunicación", que sólo repetían el discurso del gobierno.

En la relación entre el universo *online* y el *offline* del PNA, hay una característica exclusiva que no comparten las demás marchas que se analizan en este trabajo. En gran parte del campo donde se desarrollaron los bloqueos, el servicio de internet es muy bajo o inexistente. Las anécdotas de los campesinos y participantes hablan de ir a buscar señal en lo alto de las montañas, recalcan las condiciones de acceso precarias y en general la poca tecnología. Sin embargo, esto no fue obstáculo para el uso de la web; los líderes campesinos encontraron la forma de comunicarle al país, desde su perspectiva y sin intermediarios, lo que sucedió durante los 20 días de protestas. Desde las cordilleras llegaban tuits, en los noticieros de televisión se veían imágenes tomadas con teléfonos móviles sobre los bloqueos; los mensajes abundaron. Fueron varias semanas de flujo de información al respecto que lograron que poco a poco el tema se instalara en la esfera pública. En las redes sociales empezaron a ser tendencia los *hashtags* #ParoPapero, #ParoAgrario, #NoMas970 y #MePongoLaRuana. En Facebook se volvieron populares las fotos de las personas usando la "ruana", un elemento típico del vestuario del campesino colombiano. Luego empezaron a crearse eventos en Facebook y convocatorias a marchas citadinas de apoyo.

50 César Pachón, *El tal campo sí existe: los medios y la protesta social*, video, dirigido por Cesar Pachón (2014, Bogotá), Canal Capital. bit.ly/1MCrDUw.

En Antioquia (al noroccidente del país) se convocó, vía Facebook, el evento '26 de agosto: Gran Cacerolazo Pacífico Nacional: 7pm. Medellín'. Confirmaron su asistencia 744 personas, 292 colocaron 'Tal vez asista' y en total la invitación del evento fue enviada a 18.000 personas. En Manizales, el evento fue convocado para el 29 de agosto con el nombre 'Cacerolazo Nacional, El Paro Sí Existe!!!'. A este último, 27.000 personas fueron invitadas, 552 colocaron 'tal vez asista' y 2.000 confirmaron su asistencia. Para ese mismo día en la mañana fue convocada en Bogotá otra manifestación con el nombre 'Gran Movilización en apoyo al Paro Nacional Agrario y Popular' a la que fueron invitadas 10.000 personas, 189 colocaron 'Tal vez asista' y 777 confirmaron su asistencia.

Imagen 3. Evento abierto en Facebook, agosto 29 de 2013.



Los líderes campesinos comenzaron a enviar mensajes a través de sus cuentas de Twitter y de sus perfiles en Facebook. Por ejemplo, César Jerez, el líder campesino del Catatumbo, en su cuenta de Twitter @CesarJerezM tiene 5.935 seguidores. Por su parte, César Pachón, uno de los fuertes representantes

de la dignidad papera en Boyacá, en su cuenta de Twitter @cesarpachonagro tiene 36,700 seguidores y en su página de Facebook son 61,499 personas quienes han indicado que 'les gusta'. En las montañas fueron los campesinos y en las ciudades los estudiantes, y varias ONGS y sindicatos que se unieron a la causa, tales como la Organización Nacional Indígena de Colombia ONIC y la Central Unitaria de Trabajadores CUT.

Para el 31 de agosto se dio inicio al desbloqueo de algunas carreteras del país con el fin de agilizar las negociaciones. Así, desde el inicio del mes de septiembre las protestas comenzaron a ceder, los acuerdos entre las partes se hicieron visibles y se inició la instalación de mesas de negociación entre funcionarios del gobierno y líderes campesinos en los departamentos del país para discutir los temas relacionados con financiamiento y crédito, comercio exterior, insumos, asociación, temas ambientales y derechos humanos. El levantamiento del PNA fue paulatino y con ello el gobierno anunció su disposición para trabajar en la negociación del Pacto Nacional por el Agro y el Desarrollo Rural que contemplaría varias de las peticiones de los campesinos. Para el 10 de septiembre todas las carreteras del país estaban desbloqueadas y dos días después el presidente firmó un paquete de decretos para el sector agropecuario. Las protestas cesaron al cabo de 20 días, en medio de varias denuncias por abuso policial de violencia desmedida. Durante el mes siguiente las mesas de diálogos continuaban, pero los campesinos empezaban a mostrar su inconformidad y amenazaron con reanudar las protestas. En diciembre y durante los primeros meses de 2014 algunos campesinos salieron a las calles a protestar para exigirle al gobierno el cumplimiento de lo pactado.

La primera semana de diciembre de 2013 nuevamente se convocó a una movilización en la capital —por parte de los mismos campesinos— para protestar en contra del incumplimiento de los acuerdos entre los movimientos del agro y el presidente Santos. En esta ocasión en Bogotá los que marcharon no fueron los citadinos, sino cerca de dos mil campesinos provenientes de distintos departamentos de Colombia. Al inicio de 2014 se anunció que a finales de abril

los campesinos volverían a entrar en paro convocados por las dignidades agropecuarias. A pesar de los esfuerzos del gobierno por persuadir al sector para no entrar en paro, el 28 de abril se llevaron a cabo manifestaciones en 10 departamentos del país; esto a menos de un mes de que se realizarán las elecciones presidenciales.

En medio de este proceso, algunos de los líderes y participantes del PNA se acercaron a partidos políticos e hicieron parte de las listas de candidatos a las elecciones legislativas. El Polo Democrático Alternativo, Partido Verde, Partido Conservador, Partido de la U, y Unión Patriótica incluyeron en sus listas a algunos líderes del PNA que habían hecho parte de las movilizaciones de 2013 y 2014. Se destaca la presencia de siete[51] candidatos en la lista de Cámara de Representantes y otros siete[52] en la lista a Senado de la República del partido del Polo Democrático —debido a la cercanía ideológica y a la construcción histórica de su base electoral a partir del trabajo con múltiples organizaciones sindicales. Por otro lado, el Partido Verde, que fue activo y solidario con el PNA, le propuso a César Pachón hacer parte de su lista, pero este rechazó la idea con la intención de conformar una lista propia de indignados que finalmente tampoco se concretó. El Partido Conservador y el Partido de la U incluyeron cada uno a un líder en su lista.

Finalmente, de los cerca de 25 participantes del PNA que fueron candidatos, solo uno resultó elegido: Alberto Castilla, líder agrario por el Polo Democrático Alternativo (Senador 2014-2018). Esto demuestra una débil relación entre los partidos políticos y los movimientos sociales, y evidencia la ya cono-

51 Candidatos de movilizaciones en las listas de Cámara de Representantes: Óscar Gutierrez (Caldas), Dignidad cafetera. Rubén Darío Gómez, líder Conaminercol (Antioquía), Walter Benavides, Dignidad Papera (Boyacá), Alonso Osorio, líder agrario y cafetero (Cauca), Germán Suárez, líder minero (Boyacá), Omar Acevedo, dignidad Cacaotera (Santander), John Fredy Muñoz, líder minero (Caldas).

52 Candidatos de las movilizaciones en listas de Senado de la República: Alberto Castilla, líder agrario PNA. José Isauro Román, líder cachetero PNA. Fredy Mosquera, líder cafetero PNA, Plinio Hernández, líder papero PNA. Luís Alfonso Calderón, líder lechero PNA, Iván Rodríguez, líder agrario.

cida realidad de crisis de representación de los partidos políticos en Colombia. Según la académica Catalina Jiménez, "el número tan escaso de votos que alcanzaron los líderes de las movilizaciones frente al griterío que habían logrado meses antes, fue producto de la ausencia de capacidad organizativa que trascendiera la movilización y que mantuviera los recursos alcanzados"[53].

En 2014 Santos fue reelegido en medio de un ambiente de confianza por los diálogos con las Farc y el PNA salió de la agenda mediática. En el terreno de lo simbólico este paro recordó la injusticia y puso al campesinado en el imaginario del ciudadano alejado de su realidad. Conmovió y generó un ambiente nacional de indignación. En el terreno de lo político, por su parte, generó un ambiente de solidaridad con el campesinado que resultó muy estratégico de miras a la posible firma de la paz y la refrendación de los acuerdos en 2016. En el terreno de lo digital fue una marcha que supo aprovechar las lógicas de rapidez, inmediatez y bajo costo de la web para diseminar su mensaje y eliminar la dependencia de los medios de comunicación tradicionales.

3.2 La Marcha de las Putas (2012, 2013, 2014): nuevo feminismo digital

"Marcha de las putas" es el nombre que tomó el capítulo colombiano de las *slut-walks,* una movilización que se ha replicado en más de 30 países del mundo. Originalmente nació en Canadá en el 2011 cuando varias mujeres protestaron contra las palabras de un policía que dijo "que las mujeres deben evitar vestirse como putas para no ser violadas". El 25 de febrero de 2012 se realizó por primera vez la "Marcha de las putas" en Colombia. Los medios de comunicación informaron que alrededor de dos mil[54] personas asistieron en nueve ciudades

53 Catalina Jiménez, "Movilización social y partidos políticos durante las elecciones 2014: ¿qué relación tienen?, en *Elecciones en Colombia 2014, ¿representaciones fragmentadas?*, ed. Fredy Barrero y Margarita Batle (Colombia: Konrad Adenauer Stiftung, 2014), 282.

54 La líder de la movilización, Mar Candela, asegura que en la primera versión de la marcha el número total de asistentes fue de 5.000 personas.

del país y que Bogotá tuvo la mayor participación con 700 personas[55]. En el 2013, con mil asistentes en tres ciudades y en el 2014, con más de 3.500 participantes en Bogotá, la iniciativa se replicó. Las convocatorias para cada una de las marchas se realizaron a través de Twitter, Facebook y YouTube.

En Colombia el vocerío lo tomó Marcela (Mar) Candela Castilla, una mujer que hasta ese momento era activista por los derechos humanos, que trabajaba por la justicia social y que abordaba problemáticas de mujeres, pero que no era feminista militante. El detonante, según cuenta, fue el asesinato en Bogotá de unas mujeres prostitutas que ella conocía y memoria a quienes decidió crear una línea de atención, "Mujeres que gritan en silencio", para la denuncia y apoyo a mujeres víctimas de agresiones por su oficio. Dice Candela que "al ver la acogida que tenía la línea telefónica comencé a buscar en las redes qué podía hacer para realmente enviar un mensaje pedagógico sobre el tema. Encontré la Marcha de las putas en México y contacté a Eddie Hernández, la abogada de la marcha en ese país [...]. Le dije que no era feminista, pero le expliqué mis argumentos para querer tomar las banderas de la marcha en Colombia". Por ahora se han realizado tres versiones 2012, 2013 y 2014 y se han convertido en una oportunidad *online* y *offline* para hablar públicamente sobre el cuerpo, el papel de la mujer, el aborto, y muchos estereotipos de género.

"La redes sociales son las que han tejido la Marcha de las putas y el movimiento Feminismo Artesanal, las dos dinámicas que yo he abanderado desde hace más de cuatro años en el país", dice Mar Candela. La convocatoria de la primera Marcha de las putas comenzó en junio de 2011, cuando tomó el liderazgo y creó el perfil de Facebook: Convocatoria oficial de la Marcha de las putas en Colombia (ver imagen 5). El primer *post* es un escrito que explica la palabra puta y que está firmado por ella, al igual que la mayoría de reflexiones que con frecuencia esta mujer hace en el muro de Facebook de los eventos y perfiles de

55 Milena Sarralde, "Este es mi cuerpo y se respeta, gritaron mujeres en marcha nacional", *El Tiempo*, (febrero 16, 2012), consultado octubre 25, 2015. http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11219502.

las marchas que se han creado en los últimos cuatro años. Este primer *post* tuvo 27 "Me gusta", 11 compartidos y dos comentarios. A 2015, esta página cuenta con 507 seguidores. Aunque se trata de una movilización que se organiza a nivel internacional, cada país la adapta a su contexto y a su condiciones sociales, políticas y culturales. De ahí que, aunque la marcha en Toronto no surgió con el objetivo de defender los derechos de las prostitutas ni tampoco como un tema de feminismo, sino como un tema social y político, en la mayoría de países se lleva a cabo bajo los ideales feministas y en Colombia bajo el mensaje de que ninguna mujer debe ser vulnerada. "Lo que más me impactó de lo que había dicho el policía en Canadá fue el discurso detrás del discurso: 'toda puta merece ser violada'. Acá puta es cualquiera que decide sobre su cuerpo así cobre o no cobre. De ahí mi lema de que todas somos putas por sospecha y que Colombia es un prostíbulo por excelencia"[56].

Imagen 4. Página comunidad de Facebook, 2011.



56 Mar Candela. Bogotá, entrevistada por María Paula Martínez y Estefanía Avella, Bogotá, septiembre 21, 2015.

Estas tipo de declaraciones ocasionaron el rechazo de algunas organizaciones feministas colombianas hacia la marcha y el cuestionamiento del liderazgo de Mar Candela en la movilización. No obstante, la primera versión siguió en pie y la difusión se llevó a cabo en redes sociales y algunos medios de comunicación nacionales e internacionales. Mar Candela recalca que buscó apoyo en nichos y agrupaciones sociales incluyendo la derecha y la iglesia. Invitó pastores y clérigos y también a la comunidad LGBTI y a prostitutas de oficio, a quienes contactó personalmente para contarles los objetivos de la movilización y convencerlos de salir a las calles. Para lograrlo, dice ella, utilizó una estrategia que ya se había utilizado en Perú. Hacer un acrónimo de la palabra P.U.T.A —Por Una Auténtica Transformación social–.

Así fue como logró convocar "a toda esa gente que por ningún otro motivo iba a entender por qué se usaba la palabra puta para marchar". Finalmente el 25 de febrero de 2012 Mar Candela junto con dos mil personas salieron a marchar en Bucaramanga, Barranquilla, San Andrés, Medellín, Manizales, Tunja, Pereira, Villavicencio y Bogotá. "Aunque casi la mitad de las personas que salieron a las calles tenían tambores y batucadas y gritaban 'quién invitó a esta marcha que es una farsa', [...] la marcha de 2012 fue un carnaval revolucionario porque logró el objetivo de involucrar a la sociedad más allá de cualquier frontera ideológica", dice Mar Candela. Esta fue, al igual que las siguientes versiones, una marcha performática en la que las mujeres salieron desnudas y los hombres vestidos de mujer. Pancartas con imágenes y frases directas —y para algunos grotescas— que llamaban a la reflexión y a transmitir un mensaje muy claro: ninguna mujer debe ser violentada. No obstante, este mensaje en las calles generó y sigue generando cuestionamientos y reacciones negativas. "Las personas siempre nos gritan 'vístanse', 'las apoyaríamos si estuvieran vestidas', y esto genera confrontación con las personas que se están movilizando", dice Candela.

En el 2013 la acogida fue menor y menos personas se movilizaron. Inicialmente fueron seis las ciudades en las que se convocó la marcha, pero al final sólo en tres hubo movilización. "En esta marcha recuerdo que dije que sos-

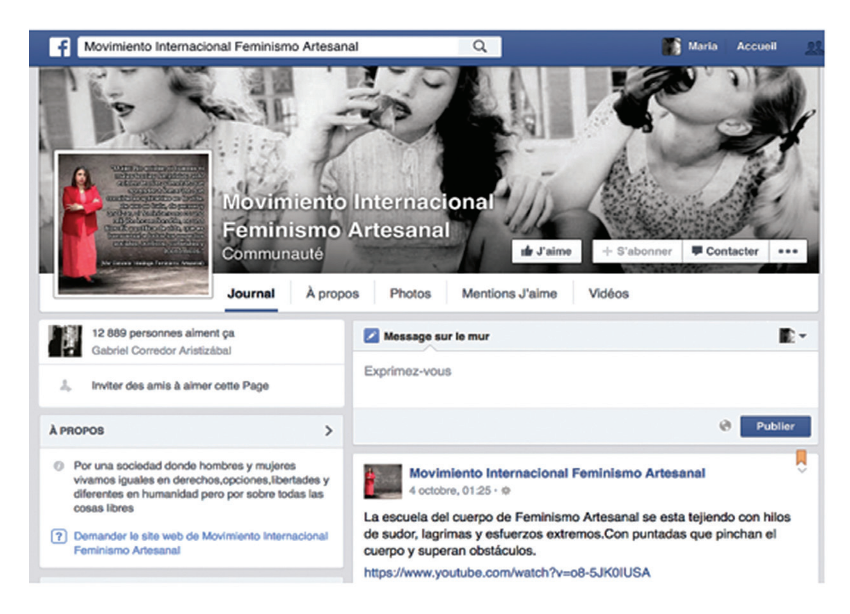
pechaba que cada año íbamos a ser menos porque cada vez la resistencia nos iba a exigir más y así ha sido", dice Mar Candela. Se calcula que para la segunda versión mil personas salieron a las calles en Bogotá. En Cali y Cartagena no se tienen cifras exactas. Para esta versión, al igual que para la de 2014, los grupos sociales que se movilizaron ya no fueron ni tantos ni tan diversos como en febrero de 2013. "Ya no había curas ni monjas. Todos esos grupos sociales no me copiaron esta vez por la experiencia que habían tenido de la primera marcha", recalca la vocera. En el 2014 la marcha fue menos masiva y menos significativa para la agenda mediática. "Me di cuenta que para la prensa la 'Marcha de las putas` ya no era importante, no estaba de moda. Ahí sí tuve miedo".[57] No obstante, en colaboración con la organización Parces ONG y con el apoyo de la Alcaldía de Bogotá, la marcha finalmente se realizó el 31 de mayo de ese año. "El único que me abrió las puertas fue el alcalde Gustavo Petro (de Bogotá). Me financió todo, pero eso no fue a cambio de ningun compromiso político como en aquel momento se dijo", recalca. La Alcaldía aprobó financiar las pancartas oficiales de la marcha con los mensajes que en las versiones anteriores habían caracterizado la movilización; no obstante, un funcionario de la institución mandó a imprimir las pancartas sin la palabra 'puta' por considerarla agresiva. Ante el suceso, Mar Candela, a través de Twitter, reaccionó y protestó hasta que el inconveniente se solucionó y las pancartas fueron reimpresas con el mensaje y las palabras correctas.

Sobre el uso de las redes sociales para estas movilizaciones hay que decir que se crearon múltiples cuentas, cada año diferentes perfiles en Twitter y en Facebook. Un flujo constante de contenido por algunos meses y luego un cese de actividades. Los seguidores están dispersos en diferentes perfiles: en Facebook hay tres páginas que suman más de 16 mil seguidores, y en Twitter hay varias cuentas: @femi_artesanal, @marchadeputas_col. Por lo que cuenta Mar Candela, es ella quién está detrás de todas estas cuentas. La actividad en Twitter

57 Mar Candela. Bogotá, entrevistada por María Paula Martínez y Estefanía Avella , Bogotá, septiembre 21, 2015.

empezó el 21 febrero de 2012, cuando se creó la cuenta @marchaputas_col y se lanzó el primer mensaje de convocatoria en 104 caracteres: "1.000 mujeres marchamos para decir no es no, no nos tocan sin permiso. Marcha de las putas Colombia 2012". Desde el día que fue creada esta cuenta hasta el día anterior a la movilización se lanzaron tuits que invitaban a marchar y que hablaban sobre el interés y los objetivos de la misma: "No es no", "Soy putamente libre", "desnudas o vestidas nosotras dirigimos nuestras vidas", "Todas somos putas por oficio", "No a la violencia de género". Durante las marchas no hubo movimiento alguno de las redes. Al contrario de lo que pasó en las marchas como el PNA y la Marcha por la vida, esta no fue "tuiteada", no hubo fotos, tampoco mensajes. El día de la marcha fue un día *offline* donde las acciones se dieron en la calle y no en la virtualidad. Días después, esta misma cuenta fue utilizada para hacer referencia al nacimiento de la Corporación Marcha de las putas en Colombia el 14 de marzo de 2012, formada por Mar Candela y que estaría a cargo de organizar y coordinar la movilización todos los años en el país. En un tuit esta corporación se define como "una iniciativa que se constituyó legalmente para trabajar en contra del acoso y la violencia". Después de este acontecimiento el uso de la cuenta sólo se reactivó dos años después para convocar a la marcha del 2014. En febrero de 2013 Mar Candela creó un evento en Facebook llamado "Segunda versión Marcha de las Putas en Colombia 6/04/2013". Mil personas confirmaron su asistencia, 449 dijeron 'Tal vez asista' y un total de 8.000 personas fueron invitadas.

Imagen 5. Grupos en Facebook.





Esta marcha también fue convocada a través de la cuenta de Twitter @femi_artesanal. Posteriormente se dio inicio a la convocatoria de la tercera versión, esta vez por Facebook, Twitter y Youtube con videos cortos que suman cerca de ocho mil reproducciones en dos videos (6,340 en uno y 1.188 veces el otro). Para esta oportunidad, en Twitter la convocatoria comenzó en febrero de 2014 a través de la cuenta @marchaputas_col. Con un tuit de 106 caracteres que decía "Convocatoria para el 2014, 31 de mayo, Somos la puta madre que te parió, No, es no, no nos tocas sin permiso". En Facebook se creó el grupo "Marcha de las Putas en Colombia" que cuenta con 3.251 miembros y que se encargó de difundir y convocar a la marcha de 2014 (ver imagen 7). Para esta movilización Mar Candela utilizó su perfil personal de Facebook en el que publicó, en enero de 2014, un primer mensaje sobre la organización de la tercera versión de la marcha. Dice Candela: "las redes han sido el alma de esto, sin ellas no hubiera llegado a los medios de comunicación, por ejemplo. [...] Las redes han sido fundamentales para la resistencia y el activismo. El trabajo en las calles sin las redes es invisible; el trabajo en las calles se vuelve un grito en el garaje si no hay redes sociales"[58]. Por ello, esta activista recalca que en los últimos cuatro años pasa más de diez horas diarias en las redes sociales respondiendo preguntas a los seguidores y mandando información a través sus cuentas propias, de las de las marchas y de las de Feminismo artesanal, un movimiento que según ella llega a más de 100 mil personas a través de redes sociales y que surgió como resultado de la primera marcha.

58 Mar Candela. Bogotá, entrevistado por María Paula Martínez y Estefanía Avella , Bogotá, septiembre 21, 2015.

Imagen 6. Convocatoria 2014 desde el Facebook de Mar Candela.



Ya empezamos a laborar en Marcha de las Putas en Colombia 2014 , este año nos vamos el 31 de mayo el deseo de la mesa de trabajo es que todas las ciudades participemos y sobre todo que todas las organizaciones sumemos porque tenemos el deber ético de seguir cambiando el subconsciente colectivo de la sociedad Colombiana frente a la realidad de la mujer, tenemos que empoderarnos como mujeres Puta -mente -libres . De corazón esperamos que este año seamos un eco nacional potente mayor que el de lo
s años anteriores. (Mesa de trabajo marcha de las putas en Colombia)

La “Marcha de las Putas” en Colombia no fue una marcha protagonizada por feministas. Fue una movilización que logró, por el contrario, reunir a muchas mujeres no militantes al rededor de temas del cuerpo. Unas por la defensa de las prostitutas, otras por la defensa del aborto y algunas en contra del machismo generalizado. La única ONG que se sumó a una de las versiones fue Parces, una organización dedicada a defender los derechos de personas y comunidades vulnerables. Según Alejandro Lanz, director ejecutivo: “Parces quería hacer parte de la movilización, pero con una apuesta diferente. Mar Candela siempre ha salido con el lema de ‘ser puta es ser libre', pero no se ha visto realmente la participación de quienes ejercen la prostitución. De ahí nuestra propuesta de ir a la marcha con quienes se identifican como trabajadoras sexuales para defender su derecho a putear libremente”[59]. Para esta marcha, esta ONG apoyó el slogan oficial de la movilización en la promoción que hicieron de la misma a través de su página de Facebook —en la que cuentan con 5.890 ‘Me gusta'— y en la cuenta de Twitter @PARCESong—en la que tienen 1.997 seguidores. La organización no sólo quiso unirse a la marcha para involucrar más directamente a quienes ejercen el trabajo sexual, sino además por una causa muy clara: recordar la memoria y reivindicar la lucha de Wanda Fox, una mujer trans que fue asesinada en el barrio Santafé en Bogotá por defender los derechos de las trabajadoras sexuales. La versión de la Marcha de las putas en 2014,

59 Alejandro Lanz, entrevistado por Estefanía Avella, Bogotá, octubre 9, 2015.

no estuvo del todo unificada. Aunque Parces apoyó la organización de la movilización, Mar Candela salió a las calles con su discurso tradicional, mientras que esta ONG quiso defender una apuesta por los derechos de las trabajadoras sexuales y lo hicieron en calles y recorridos distintos. Pese a las diferencias, Mar Candela señala que el acompañamiento de Parces hizo posible uno de sus grandes sueños: "tener muchas prostitutas en la marcha y, lo más importante, que no les diera pena decir que son prostitutas".

Desde que tomó el liderazgo de la Marcha, Mar Candela se propuso hacerla durante 10 años consecutivos, pero reconoce que su gestión no es tarea fácil. Para el 2015 tenía planeado realizar la marcha en octubre, pero no fue posible llevarla a cabo por temas logísticos. Para esta cuarta versión, en Parces también han estado interesados en apoyar la organización, pero su director ejecutivo, Alejandro Lanz, señala que es fundamental articular mucho más las ideas y los objetivos de la movilización. Recalca además, que es un espacio que no debe perderse en tanto ha permitido la participación ciudadana de un grupo de la sociedad muy importante. Por su parte, Mar Candela asegura que seguirá en cabeza de esta iniciativa y hará lo posible por seguirla desarrollando porque "la marcha ha permitido despertar una mirada nueva del feminismo en Colombia. Se trata de un feminismo artesanal que invita a la resistencia desde la propia realidad de cada mujer y que deja por fuera el tradicional feminismo dogmático. [...] El feminismo artesanal es para aquellas que les quedó grande ser feministas".

Internet fue la base para la creación de la cibercomunidad de nuevas feministas. Candela logró tomar el concepto internacional (vía web) y lo convirtió en tendencia local. El ámbito *online* cumplió la función de abaratarle costos y tiempos de operación. También fue el mejor medio de difusión de sus mensajes provocadores, con pechos desnudos que habrían sido censurados en medios de comunicación. El ciberactivismo fue clave para el desarrollo de la marcha y para la consolidación de la propuesta en la calle. Después de la web vino también el surgimiento de un movimiento social y una "campaña" de visi-

bilidad y legitimidad de su discurso de feminismo no tradicional. Candela no es una defensora clásica de la lucha de género, su movilización no contó con apoyo de organizaciones feministas clásicas. Lo que logró fue crear conciencia sobre un sentimiento colectivo en un momento donde las nuevas sexualidades y las discusiones sobre el cuerpo tienen cabida en el escenario político y en el imaginario cultural colombiano. Esta marcha no fue una movilización masiva de calle, pero su impacto simbólico fue significativo. Al respecto dice Catalina Jiménez, "en un país que se llama laico pero realmente no lo es, lanzarse a hacer una movilización poniendo a las putas como el elemento más contrastante es perturbador en el mejor sentido"[60]. Es una movilización que, en un principio, se toma las redes y aprovecha sus lógicas para publicar fotos de cuerpos desnudos y mensajes, para algunos, agresivos que no tienen mucha cabida en los medios de comunicación. Posteriormente, se toma la calle con una marcha-performance. Añade Jiménez que "es una marcha donde el cuerpo se convierte en la última herramienta o en el último repertorio, porque la desnudez en el espacio público es en sí misma un desafío"[61]. Es una marcha que aprovechó el espacio virtual y las redes sociales para fortalecer su discurso usando un lenguaje contestatario e imágenes de pechos desnudos.

En Colombia se puede definir como una marcha irreverente contra las posiciones de la derecha católica en el país y que en el contexto nacional pone en evidencia la lucha de las nuevas sexualidades que han ganado en el marco jurídico, pero que aún pierden en la calle, en el imaginario cultural machista y homofóbico.

---

60 Catalina Jiménez, entrevistada por María Paula Martínez y Estefanía Avella, Bogotá, agosto 14, 2015.

61 Ibid.

3.3. La Marcha por la Vida

Ciento veinte mil personas salieron a marchar el 8 de marzo de 2015 bajo el lema "la vida es sagrada". El balance *offline* de la movilización dice que tuvo lugar en 25 ciudades en el mundo y 36 municipios y ciudades en Colombia[62]. El balance *online* dice que el evento en Facebook tuvo un histórico de "asistentes" a la marcha de 15.041, otros 1.955 usuarios que marcaron 'tal vez asisto' y 98.973 invitados. La cuenta en Twitter @VidaMarzo8 alcanzó los 2.817 seguidores y en Instagram se obtuvieron 131. Durante todo el proceso de convocatoria a la marcha #VidaMarzo8 obtuvo 55.093 tuits; #YoMarchoPorLaVida, 44.052; y #MarchaPorLaVida, 29.312. En YouTube se obtuvieron 10.668 reproducciones a 23 videos publicados. En Facebook los 15 videos subidos tuvieron un histórico de 153.442 reproducciones. En SoundCloud las cuatro cuñas obtuvieron 4.363 vistas[63].

El 13 enero de 2015 el exalcalde y excandidato presidencial Antanas Mockus invitó a los colombianos a marchar juntos "por la vida" y para hacerlo eligió convocar, vía Twitter, a dos políticos, enemigos entre sí, representantes de dos esquinas opuestas de pensamiento: el expresidente Álvaro Uribe Vélez (2002 - 2010) de la derecha —quien finalmente no se adhirió a la marcha—, y el senador Iván Cepeda Castro del partido de izquierda Polo democrático alternativo. Mockus lanzó la convocatoria a la marcha en un tuit de 118 caracteres. Allí mencionó las cuentas de Twitter de los políticos, incluyó un *link* a un video promocional e inauguró el *hashtag* #Vida4F, con el que otros usuarios empezaron a poner sus opiniones. El tuit tuvo 155 retuits y fue seleccionado como favorito 93 veces.

62 Jorge Torres, entrevistado por María Paula Martínez y Estefanía Avella, Bogotá, agosto 18, 2015.

63 Reporte oficial del balance de la marcha realizado por Daniel Romero y quien fue entrevistado para este trabajo el 2 de septiembre de 2015 en Bogotá.

Imagen 7. Tuit de convocatoria a la marcha.



El video enlazado al tuit mostraba a Mockus hablando del objetivo de la marcha:

> "Iván Cepeda y el expresidente Álvaro Uribe han ayudado en varios momentos de su vida a proteger vidas de colombianos. Ambos deben ser respetados en su vida, apreciados, valorados por lo que han hecho y lo que pueden hacer. [...] Los invito a que marchemos un día de la historia de Colombia, este 4 de febrero; a que marchemos por la vida, a que marchemos porque cada vida de cada colombiano es valiosa".

El video también fue puesto en el perfil de Facebook. Allí 5.400 personas le dieron "Me gusta" y cerca de 2.000 lo compartieron. En esta red social Antanas Mockus tiene 870 mil "amigos", una cifra muy parecida a la que tiene en su cuenta de Twitter @AntanasMockus con cerca de 850 mil "seguidores". Ese mismo día, algunos medios de comunicación difundieron la noticia y Mockus habló públicamente en algunos de estos. En los días posteriores al lanzamiento de la marcha, ya era evidente que contaban con una estrategia digital. Se creó la página web lavidaessagrada.com y cuentas en redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y Soundcloud[64]. En algunos casos se usaron las cuentas personales de Mockus, quien se mantuvo hasta el final como el personaje central de la movilización.

64 A agosto de 2015, la cuenta de la marcha alcanza 2.660 seguidores en twitter. Se suman otras 500 personas agrupadas en dos cuentas paralelas que se crearon para marchas fuera de Bogotá. Una para la marcha por la vida en Cali (https://twitter.com/VidaMarzo8Cali) y otra para la marcha por la vida en la ciudad de Nueva York (https://twitter.com/VidaMarzo8NYC).

Imagen 8. Twitter oficial de la marcha.



Para ese momento los diálogos de paz acababan de reanudarse tras una de sus peores crisis desatada por el secuestro del general del ejército Rubén Darío Alzate[65]. No era un periodo electoral. Las últimas elecciones, fueron las legislativas y habían pasado algunos meses atrás. Apenas comenzaba el año con la noticia de la reanudación de las conversaciones de las Farc y el Gobierno; y para entonces se hacía evidente la polarización entre quienes apoyaban la salida negociada del conflicto y los críticos del proceso.

Además del contexto político que Mockus supo aprovechar, estaba como precedente, la gran movilización en contra de las Farc del 4 de febrero de 2008 en la que 12 millones de colombianos habían salido a las calles en contra de la violencia de esta guerrilla. Por esta razón, en un principio, Mockus convocó para el 4 de febrero de 2015. Sin embargo, no eran marchas iguales y la idea de conservar la fecha no caló en muchos sectores políticos, de ahí que se haya elegido una nueva fecha: el 8 de marzo, día de la mujer. La marcha del 2008 fue

65 [1] En noviembre de 2014 fueron secuestrados por las Farc, en el departamento de Chocó, el General Rubén Darío Alzate, el cabo primero Jorge Rodríguez Contreras y la abogada Gloria Urrego, asesora de proyectos especiales del Ejército. El hecho tuvo como consecuencia la suspensión de los diálogos de paz por 15 días, que finalmente fueron reanudados gracias a la mediación y las declaraciones de los países garantes —Cuba y Noruega— del proceso de paz.

iniciativa de un joven barranquillero indignado que creó un grupo de Facebook, la segunda fue convocada por un exalcalde, excandidato presidencial y académico reconocido. La primera fue anónima y luego se convirtió en mediática y política. La segunda nunca fue anónima, sino *mainstream* desde el inicio. Las dos estuvieron politizadas, pero de formas distintas. La de 2008, en contra de las Farc, fue criticada por sectores de la izquierda como un marcha pro-uribista, que sólo condenaba a las Farc y no todas las formas de violencia, incluidas la de los paramilitares de extrema derecha. Por su parte, la de 2015 fue saboteada por Uribe denunciando que la marcha era una campaña de publicidad pagada por el gobierno de Santos para legitimar el proceso de paz. En el terreno simbólico una fue una marcha contra la violencia (indignados) y la otra a favor de la paz (esperanzados).

En la Marcha por la vida, las redes sociales ayudaron a convocar personas alrededor de un mismo tema. Lograron que un mensaje en apariencia personal, de Mockus, se convirtiera en un mensaje de todos. A nivel interno sirvieron para coordinar los voluntarios y las marchas en varias ciudades del país. Dice Jorge Torres, investigador de Corpovisionarios y uno de los organizadores de la marcha: "las redes sociales sirvieron como enlace de la gente en las regiones. Muchas de estas personas que fueron voluntarios nunca habían ido a una alcaldía ni habían coordinado algo similar, por lo que a través de las redes mandábamos los protocolos de lo que tenían que hacer. Tuvimos que enseñarles cómo hablar con la policía, los bomberos, las secretarías de salud. Todo este proceso se hizo de manera digital"[66].

Pero esta no era la primera vez que Mockus hacía uso de las redes sociales. En 2010 cuando fue candidato a la presidencia había tenido un mayor suceso en Internet que los otros candidatos. Al estilo de lo que sucedió con la campaña de Barack Obama un año atrás, Mockus inauguró una nueva forma de hacer campañas *online* en el país. Como dijo Omar Rincón: "Mockus tuvo éxito

66 Jorge Torres, entrevistado por María Paula Martínez y Estefanía Avella, Bogotá, agosto 18, 2015.

en la red casi por las mismas razones por las cuales fracasó en la televisión: porque no piensa de manera lineal sino que ofrece *links* a otros temas que tienen que ver pero que abren más que cerrar las ideas; (...) no establece fronteras entre lo público y lo privado; (...) usa imágenes y símbolos (...) es transparente y (...) más que ofrecer soluciones desde arriba estimula la acción colectiva. Es decir, porque él piensa como internet"[67].

La "Ola verde" como se llamó al fenómeno de cultura política 2.0 más innovador del país, fue determinante en términos de nuevos ejercicios de la ciudadanía a través de mecanismos de participación *online* y de creación de un sentido de comunidad alrededor del cambio, pero, a diferencia del caso norteamericano, no logró traducirse en una victoria en las urnas. Sin embargo, lo que pasó durante ese tiempo hizo eco y resonó en 2015 en medio de un contexto más social y menos político, y sirvió para impulsar la Marcha por la vida. Incluso muchos de los voluntarios que participaron en este segundo momento habían empezado a seguir a Mockus en las presidenciales. De ahí que, como lo menciona Jorge Torres, "si hay alguien que ha hecho movilizaciones vía redes sociales es Antanas Mockus. Los ciudadanos hablan por redes sociales y ese es el lugar por el cual el profesor ha logrado hacer conexión con la ciudadanía"[68].

Sin duda, la Marcha por la vida fue una movilización innovadora por un uso más sofisticado de las redes sociales en Internet. Se utilizó la aplicación de Facebook "Dona tu estado" que autoriza a los organizadores de la marcha a publicar mensajes en los muros de las personas que acepten la propuesta[69]. Con esta campaña alcanzaron un total de 1.874 donantes voluntarios en menos de veinte días, se publicaron diez mensajes, uno cada dos días, y los organizadores calculan que tuvo un alcance potencial aproximado de un millón de lectores

67 Omar Rincón, "Mucho ciberactivismo... pocos votos. Antanas Mockus y el partido verde colombiano", *Nueva sociedad: democracia y política en América Latina*, octubre 2011, http://bit.ly/1JwjILI.

68 Jorge Torres, entrevistado por María Paula Martínez y Estefanía Avella, Bogotá, agosto 18, 2015

69 Consiste en permitir que un algoritmo, de forma aleatoria, publique mensajes en el muro privado de cada persona.

por cada mensaje, suponiendo, en forma quizás optimista, que cada donante tenía en promedio 550 amigos en Facebook que leyeron los mensajes. Además, la ONG Corpovisionarios hizo una inversión de 800 mil pesos en publicidad de Facebook, recursos provenientes en gran parte de los fondos de la marcha recaudados con donaciones y aportes ciudadanos, y otra parte provenientes de la donación (específica para este tema) de una ciudadana voluntaria.

Imagen 9. Ejemplo de un mensaje publicado usando la aplicación "Dona tu Estado".



Se implementaron también "twitterazos" o campañas puntuales que durante un par de horas invitaban a todos los usuarios de esta red a postear mensajes de temas relacionados con la marcha, como por ejemplo: "¿cómo sería Colombia si la vida fuera sagrada?". Se hizo varias veces usando el *hashtag* #MiTitularDelFuturo, el cual fue tendencia en Colombia con 3.100 tuits, y #NoQuieroOtroTitularAsí, tendencia en Bogotá con 1.700 tuits. El 7 de marzo se creó la etiqueta #YoMarchoPorLaVida (44.052 tuits), la cual fue tendencia en Colombia el 8 de marzo durante todo el día hasta la finalización de la marcha. Así mismo sucedió con #MarchaPorLaVida (44.052 tuits) y #VidaMarzo8 (55.093 tuits).

Imagen 10. Ejemplos de 'tuiterazos'.





Adicionalmente, se habilitó la aplicación "twitbbon" para que las personas editaran la imagen de perfil de Facebook y Twitter y sobre las fotos dijera: "Vida marzo 8"[70]. Se invitaron a las personas a colgar una foto en sus muros sosteniendo un cartel que dijera "la vida es sagrada" y a hacer videos explicando sus razones. Personajes de la televisión y políticos aceptaron la propuesta, entre ellos el expresidente de Uruguay Pepe Mujica quien publicó una foto con su esposa sosteniendo el cartel. Se creó también la página de internet lavidaessagrada.com que llevó un conteo regresivo hasta el día del evento e información general sobre las rutas y el objetivo. Todas las publicaciones en redes se programaba con anterioridad en "parrillas" que eran coordinadas por Daniel Romero, asesor de Corpovisionarios. Se proponían entre cuatro y cinco contenidos diarios para Facebook y entre 10 y 20 para Twitter, aunque a veces este número crecía por cualquier novedad o información de último minuto. Dice Romero que "esa apuesta fue la estrategia inicial digital: lograr que pareciera una marcha ciudadana y así fue"[71].

70 Twibbon, "#VIDAMARZO8", http://twibbon.com/support/vidamarzo8.

71 Daniel Romero, entrevistado por María Paula Martínez y Estefanía Avella, Bogotá, septiembre 2, 2015.

Imagen 11. Página la vida es sagrada.



El 8 de marzo de 2015 se realizó la marcha en 25 ciudades en el mundo y 36 municipios y ciudades en Colombia. La marcha recibió el apoyo de los medios, del gobierno del presidente Santos y de otros políticos y sus partidos. También se unieron organizaciones no gubernamentales, trabajadores y sindicatos. La cifra oficial del total de participantes en las marchas en los diferentes lugares fue de 120 mil personas[72]. No obstante, el conteo no fue riguroso en todos los lugares y el número podría ser más alto según los organizadores. La Marcha por la vida buscó la renovación de un valor que Mockus considera como la base para una discusión de la sociedad de posconflicto. Hubo mucho activismo digital y también fue significativa la marcha callejera. Personas, al menos veinte o treinta, salieron a caminar en Lituania, Londres y París. Ellos se solidarizaron vía redes sociales, se organizaron y volcaron su apoyo en la calle.

La Marcha por la vida fue convocada y organizada vía redes sociales y se esforzó por parecer una movilización ciudadana, pero el protagonismo de Antanas Mockus y el de la ONG Corpovisionarios fue determinante. Por un lado, Mockus es una figura pública con un reconocimiento en el mundo *offline* que busca trasladar al mundo *online*. No es un cibernauta del común tratando de

72 Jorge Torres, entrevistado por María Paula Martínez y Estefanía Avella, Bogotá, agosto 18, 2015

tejer una cibercomunidad, sino un político que cuenta con el respaldo de su ONG y que aprovecha una coyuntura específica. No obstante, a pesar de que la movilización *online* puede calificarse como un éxito, no puede decirse lo mismo de la marcha *offline*. Si se compara la marcha en contra de las Farc (2008) con la Marcha por la vida (2015) en términos de asistencia, parecería que la segunda fue un fracaso. Ciento veinte mil personas versus 12 millones. Pero resulta más acertado decir que esa diferencia se basa en el contexto y las contradicciones propias del *momentum* político por el que atraviesa Colombia y que tiene un efecto en los motivos por los que sus ciudadanos están dispuestos a salir a la calle. Según la experta en movilizaciones sociales Carolina Cepeda, "en el 2008, la opinión pública estaba alineada en un mismo sentido de rechazo y repudio a las Farc: de la seguridad democrática de Uribe. Por el contrario, en la Marcha por la vida hay un contexto de proceso de paz, pero la opinión está muy dividida. Aunque hay una mayoría a favor de los diálogos, creo que sigue habiendo un buen porcentaje que está en contra. [...] Además hay muchos a favor de la paz, pero no necesariamente a favor de este gobierno ni de cómo se está llevando a cabo el proceso. Eso tiende a dividir a la gente y también a menguar la capacidad de movilización que se tiene"[73].

Sin duda, después de tantos años de conflicto armado, la paz es un deseo nacional, pero las formas de movilizarse en torno a ella difieren. Puede considerarse la Marcha por la vida como una movilización política, de alguna forma disfrazada de marcha social que puso a la ciudadanía del común a hablar de paz en las redes sociales y después —por un día entero— en las calles. Funcionó como un espacio de catarsis colectiva con un impacto más simbólico que real y la acogida mediática, dado el contexto nacional, fue importante para ayudar a legitimar los acuerdos de paz. No obstante, resulta importante tener en cuenta que es simbólicamente distinto marchar en contra, que a favor. Cuando la sociedad civil marcha en contra del Estado, lo hace frente a una institución legítima

73 Carolina Cepeda, entrevistada por Estefanía Avella, Bogotá, agosto 31, 2015.

con el fin de presionar un cambio. Cuando se hace a favor y en torno a un valor o una emoción, la fuerza de la marcha también se transforma.

La marcha de febrero del 2008 y la marzo de 2015 tienen importantes diferencias en términos de maquinaria, contexto político y motivaciones de movilización, pero tuvieron, según Cepeda, un aspecto en común: no fueron marchas contestatarias y no demandaron algo al sistema político ni al poder establecido. Fueron marchas que no cuestionaban el statu quo, todo lo contrario. Iban alineadas con el pensamiento del gobierno y sirvieron para fortalecer un imaginario colectivo: "la marcha en contra de las Farc rechaza los delitos de esta guerrilla, pero no disputa el poder establecido ni señala sus falencias. La Marcha por la vida, tampoco. Esta movilización reforzó una idea que se promueve desde el mismo establecimiento".

La Marcha por la vida es entendida como una movilización social, pero no como un movimiento. Su diferencia la explica Cepeda al considerar que "la movilización puede ser espontánea, de corta duración, convocar gente que tal vez nunca vuelva a hablar del tema ni se vuelva a interesar, mientras que el movimiento sí es un actor colectivo". Dice también Cepeda que la Marcha por la vida es una movilización que "apunta a mostrar su *slogan* de campaña que siempre ha sido la defensa a la vida y eso tiene mucha acogida, pero más allá de eso se queda sin muchas herramientas para ser algo más, para promover un debate o para ampliar la agenda. Es un poco limitado, sin demeritarlo". Este tipo de marchas al final, no son movimientos sociales, no generan un lazo social duradero ni tienen como objetivo cambiar el *status quo*; por el contrario, son más simbólicas, más relacionadas con el imaginario colectivo sobre la violencia, la muerte, la vida. Esta fue una marcha que generó una cibercomunidad que contribuyó al debate público de la paz y a la legitimación de las pretensiones del gobierno en las negociaciones de paz en la Habana.

4. Hallazgos y Conclusiones

El mundo actual, el posterior a la invención de Internet, está habitado por lo que Manuel Castells define como "la sociedad red", intervenido por un sistema de "autocomunicación de masas, basada en redes horizontales de comunicaciones interactiva y multidireccional", y ello ha transformado los movimientos sociales del siglo XXI. Han surgido nuevos actores y nuevas formas de participación ciudadana que actúan en una esfera pública, que permeada por la tecnología, es más abierta, más heterogénea y, en gran medida, más compleja. La sociedad red está en constante transformación y supone contradicciones entre el potencial democrático característico de Internet y la inequidad con la que los ciudadanos pueden acceder a la red.

Hoy en Colombia, la mayor parte de la opinión pública está esperanzada en el posible fin del conflicto armado con las Farc, mientras otra parte se muestra desconfiada frente a transición de los guerrilleros a la vida civil. Al margen de estos polos, es una realidad que el país se encuentra en transición y en el pos-conflicto surgirán nuevos movimientos políticos, se fortalecerán grupos de oposición, se darán reformas en el agro y habrá una mayor representación de los grupos tradicionalmente marginados de la agenda: indígenas, afro, campesinos, mujeres. El ámbito digital seguirá transformándose y configurando un escenario cada vez más amplio de participación social. Lo que implica nuevas oportunidades, pero también nuevos riesgos. Los derechos digitales, la neutralidad de la red y la gobernanza de internet son desafíos que hoy en día se discuten a nivel mundial y que determinarán en el futuro las acciones de los cibernautas. Al respecto dice Nelson Remolina, del Obervatorio Iberoaméricano de Protección de Datos: "el ciberespacio no es un lugar inmune a las autoridades y a las regulaciones locales. No obstante, su característica transfronteriza genera retos a las autoridades y obliga a replantear los sistemas jurídicos, cuyas normas y autoridades, en algunos casos, se circunscriben a un territorio delimitado geográficamente. El ciberespacio está erosionando y desintegrando esos lími-

tes. Las autoridades y los reguladores deben replantear sus esquemas jurídicos para operar eficientemente en el ciberespacio. El mundo ha cambiado y por eso no pueden seguir haciendo más de lo mismo”[74].

Finalmente, a la luz del análisis de las tres movilizaciones elegidas para este capítulo podemos concluir que:

1) Internet, como escenario básico de lo *online*, no es determinante para el estallido de las marchas. Más de 20 años de la invención de internet son suficientes para afirmar que lo digital es una cultura que, como otras, tiene que ver con rituales, es intangible y subyacente. A partir del análisis de las marchas de este capítulo se puede inferir que hoy en día se mezclan constantemente formas antiguas de protesta con nuevas maneras de movilización digital. Hay una convergencia de lo *online* y lo *offline* donde Internet no es un factor determinante para el estallido de la protesta, pero se convierte en una arena significativa de desarrollo de la misma. La transformación que resulta de la creación de la web no significa un cambio en la vida política, sino que tiene que ver con la apertura de un nuevo espacio público y la aparición de una nueva opinión pública con formas de participación más directa y más heterogénea.

2) La web es una caja de resonancia. En un país como Colombia —en el que los medios de comunicación son escasos y el sistema de medios está centralizado— internet se convierte en una herramienta efectiva para visibilizar y ampliar la agenda mediática y en una ventana de oportunidad que las marchas sociales saben aprovechar. En las movilizaciones analizadas, internet jugó un papel crucial al diseminar la información de forma instantánea y a bajo costo. Ayudó a la conformación de comunidades digitales locales, nacionales e internacionales que mantuvieron un flujo de información constante generando un

---

74 Nelson Remolina, entrevistado por Santiago La Rotta, *El Espectador*, Agosto 20, 2015, http://www.elespectador.com/tecnologia/un-mundo-sin-secretos-digitales-articulo-580297.

impacto tal, que a los medios tradicionales no les quedá otra opción que retomar lo que estaba pasando por las redes sociales y la web y volverlo noticia *mainstream*.

3) La web, y en específico las redes sociales, no reemplazan a los medios de comunicación tradicionales. Con su lenguaje simple, su instantaneidad y su estructura de nodos (no céntrica), se convierten en un complemento útil "para perforar el blindaje que los poderes simbólicos locales, privados y públicos, suelen construir alrededor de la verdad". Las redes sociales permiten un flujo constante de información, en el que el papel de los líderes no determina ni el acceso ni la participación. Internet y las redes son sistema de nodos que induce la creación de cibercomunidades que se agrupan de forma natural y veloz. El universo *online* se ha convertido así en una ventana de oportunidad para transformar las dinámicas de la participación. Como lo reconoce Omar Rincón "las redes digitales llegaron y han servido para que los ciudadanos puedan existir públicamente. Allí se ejercen la libertad de expresión y la gestión de los derechos ciudadanos, sin necesidad de permiso "legal" para manifestarse. Antes teníamos la calle, ahora tenemos la autopista digital".

4) No existe una sola forma de relación *online-offline* en los movimientos sociales. Aunque en todos los casos analizados es claro que ambos escenarios convergen y sus fronteras parecen borrarse, la relación de la calle con la web depende de múltiples factores y no son constantes las formas como cada una contribuye a los debates públicos ni la forma como genera cibercomunidades. En el caso de la Marcha por la vida, su mensaje esperanzador ayudó a legitimar el proceso de paz del gobierno en medio de una crisis. Su estrategia *online* resultó en una marcha callejera que buscaba dar legitimidad al discurso del gobierno. El PNA, por el contrario, puso en crisis al gobierno y generó un debate sobre la necesidad de cambio social y nuevas políticas para el agro. Su dinámica *offline* y tradicional de bloqueos y cacerolazos desencadenó una cibercomunidad que

se solidarizó lejos de las montañas. La Marcha de las putas generó primero una comunidad digital alrededor del tema, que buscó legitimidad en una marcha callejera y liderar el debate público sobre el aborto y el papel de la mujer, y finalmente, después de tres años consecutivos de realizar la marcha, su líder consolidó un movimiento social *offline*.

Al tiempo que han surgido nuevos tipos de actores que transitan entre el universo *online* y *offline*, han desaparecido algunas de las características tradicionales de movilización. Las antiguas jerarquías caducan, así como la división entre lo íntimo y lo público. No hay una estructura de poder vertical, sino un terreno horizontal de participación dinámica donde es común el anonimato. La figura de los líderes aún sigue siendo importante, como quedó demostrado en el papel que jugó Antanas Mockus en la Marcha por la vida, pero no definitivo para la creación de una cibercomunidad. Si bien el peso y el apoyo que tiene un personaje público en el universo *offline* puede jugar a su favor en el *online*, en la red surgen nuevos actores que les pueden competir fuertemente desde el anonimato análogo. En cuanto al sentido colectivo, este se crea fácilmente en el *online*, pero se sigue legitimando en el *offline*, en el terreno del riesgo y confrontación. El universo *online* es un espacio seguro y cómodo para la protesta que genera lazos débiles y efímeros que ponen a prueba el terreno tradicional de apuesta de cuerpo y calle y sus dinámicas varían. Como vimos en las marchas analizadas en este informe, la calle y la web se alternan. En la Marcha por la vida y la Marcha de las putas primero fue la web, luego la calle, mientras que en el PNA primero fue la calle y luego vino la red. En el entorno digital, actualmente Colombia es un país con una brecha tecnológica amplia, pero desarrolla formas desafiantes de combatirla. La penetración de los teléfonos móviles es muy amplia y se ha convertido en la forma más masiva y exequible de navegar en la web. Para los movimientos sociales Internet ofrece ventajas estratégicas para las organizaciones sin tantos recursos. Abaratan costos, cortan distancias y permiten actuar de forma rápida. La diseminación de los mensajes de forma rápida y barata genera un

impacto “bola de nieve” que ningún otro medio de comunicación tradicional puede lograr. En Internet, se borra el carácter local, así como se desdibuja la intimidad. Una sentimiento personal se puede convertir en colectivo a través del clic y así una marcha local puede volverse nacional o global como ocurrió con el PNA; o a la inversa, una causa internacional puede ser adoptada por comunidades locales como el caso de la Marcha de las putas que surgió en Canadá y se replicó en varias ciudades del mundo.

5) La participación de las ONG es todavía muy importante, pero tal vez menos visible que en la era pre-internet. Detrás del PNA hay varias ONG que durante la última década canalizaron las demandas de diferentes sectores; sin embargo, su protagonismo en el PNA no fue tan mediático o tal vez, podría decirse, se vio opacado por el protagonismo que adquirió la cibercomunidad de colombianos que se solidarizó con el campesinado. No obstante, la relación de sus participantes con movimientos sociales y ONG no es menor. César Jerez, uno de los líderes del paro que fue entrevistado para este trabajo, es el creador de Prensa Rural, una ONG que defiende los derechos de los campesinos y que agrupa a otras organizaciones y sindicatos. En el caso de la marcha por la vida, la ONG Corpovisionarios, creada y dirigida por Antanas Mockus, dio respaldo y legitimidad desde el primer momento. Por el contrario, en el caso de la Marcha de las putas, no hay ONG fuertes constantemente vinculadas al proceso de movilización y es esta tal vez una de las diferencias de fondo más importantes. Mientras que las otras dos contaron con respaldos claros y protagonistas políticos y mediáticos, la Marcha de las putas fue más un movimiento de opinión internacional que caló en la sociedad bogotana y se convirtió en una marcha social de calle. Su líder no tiene el peso que tienen César Jérez, César Pachón o Antanas Mockus, ni en la web ni en la calle. Su idealizador, Mar Candela, es una mujer que desde el anonimato de la web logró una movilización social que ya se ha repetido tres veces en el país.

6) Nuevos actores, rápidos desertores. En el contexto de convergencia explicado anteriormente, los ciudadanos se convierten en activistas a través de un clic. Las redes digitales permiten que los ciudadanos se solidaricen con causas ajenas de forma esporádica y mediática. En las tres marchas de este trabajo se dio el fenómeno de compartir fotos en los que las personas muestran un cartel: "el paro sí existe" "marcha por la vida" o "mujer puta-mente-libre". Sin embargo, esas adhesiones digitales muchas veces no se traducen al ámbito *offline*, a la calle. Se quedan en el plano *online*, que permite relaciones de corte débil y efímero. Quienes si salen a marchar a la calle saben que el riesgo, la confrontación corporal y la acción colectiva crea lazos fuertes y sentimiento de comunidad que es mas duradero en el tiempo.

5. Bibliografía y fuentes citadas

Archila, Mauricio. *Idas y venidas, vueltas y revueltas. Protestas sociales en Colombia 1958 – 1990*. Bogotá: Cinep, 2005.

Archila, Mauricio. "Los movimientos sociales en la encrucijada del siglo XXI". En *En la encrucijada. Colombia en el siglo XXI*, editado por Francisco Leal Buitrago. Bogotá: Grupo editorial Norma, 2006.

Banco Mundial. "Datos usuarios de internet", consultado noviembre 10, 2015, http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2

Castells, Manuel. *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. España: Alianza Editorial, 2012.

Centro de Investigación y Educación Popular. *Luchas sociales en Colombia, 2013*. Colombia: Cinep/Programa por la paz, 2014. http://comosoc.org/IMG/pdf/informe_especial_cinep_protestas_2013.pdf.

Comisión de Regulación de Comunicaciones. *Informe de Industria del Sector* TIC *septiembre de 2015*. Colombia: CRC, 2014. http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-13464_archivo_pdf.pdf

ComScore. *Futuro Digital Colombia*. Colombia: ComScore, 2014. https://www.comscore.com/lat/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2014/2014-Digital-Future-in-Focus-Colombia

Constitución Política de Colombia. consultado http://www.senado.gov.co/images/stories/Informacion_General/constitucion_politica.pdf.

Elespectador.com. "Bloqueadas 15 vías en segundo día de paro". *El Espectador.* (Agosto 20, 2013), consultado octubre 20, 2015, http://bit.ly/1ShvfzV.

Elespectador.com. "Más de 30 vías bloqueadas por protestas campesinas". *El Espectador.* (Agosto 22, 2013), consultado octubre 20, 2015, http://bit.ly/1ljFjyb.

Guillermo Prieto. *La Rebelión de las Ruanas*. Canal RCN. Especiales Pirry. 2013.

Gobierno Nacional y Farc-ep. "Participación política: apertura democrática para construir la paz". La Habana: Mesa de conversaciones, 2013.

Hernández, Francisco. *Sindicalismo en Colombia. Implicaciones sociales y políticas*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2004.

Igarza, Roberto. "La televisión pública en la era de la argumentación". En *Pensar la televisión pública*, 118. Argentina: Icrj Ediciones, 2013.

Jiménez, Catalina. "Movilización social y partidos políticos durante las elecciones 2014: ¿qué relación tienen?. En *Elecciones en Colombia 2014, ¿representaciones fragmentadas?*, editado por Fredy Barrero y Margarita Batle, 257-294. Colombia: Konrad Adenauer Stiftung, 2014.

Pachón, César. *El tal campo sí existe*: *los medios y la protesta social*, video. Dirigido por Cesar Pachón. 2014. Bogotá, Canal Capital. bit.ly/1MCrDUw.

Peñeredonda, José Luis. "Chateadores, domingueros, y 'rolos': las cifras de los twitteros en Colombia". *Enter.co*. http://www.enter.co/cultura-digital/redes-sociales/cifras-twitter-colombia/.

Restrepo, Esteban. Reforma constitucional y progreso social: "Constitucionalización de la vida cotidiana" en Colombia". En *Sela (Seminario en Lationamérica de Teoría Constitucional y Polítca) Papers.* Estados Unidos: Yale Law School Sela, 2002. Consultado octubre 12, 2015. http://digitalcommons.law.yale.edu/yls_sela/14.

Rabinovich, Eleonora. "Protesta, derechos y libertad de expresión". En *Vamos a portarnos mal*, ed. Rabinovich, Magrini y Rincón, 17-30. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina C3 FES, 2011.

Remolina, Nelson. Entrevistado por Santiago La Rotta. *El Espectador,* Agosto 20, 2015, http://www.elespectador.com/tecnologia/un-mundo-sin-secretos-digitales-articulo-580297.

Rincón, Omar. "Redes digitales: catarsis colectiva y frustración política". Colombia: Razón Pública, 2015. Consultado noviembre 11, 2015, http://www.razonpublica.com/index.php/econom%C3%ADa-y-sociedad/8402-redes-digitales-catarsis-colectiva-y-frustración-pol%C3%ADtica.html

Sarralde, Milena. "Este es mi cuerpo y se respeta, gritaron mujeres en marcha nacional". *El Tiempo.* (Febrero 16, 2012), consultado octubre 25, 2015. http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11219502

Ecuador

Orazio Bellettini
Adriana Arellano[1]

1. Introducción

2. Estudios de caso

Estudio de caso I: El 30 de Septiembre (30S)

Estudio de caso II: Colectivo "Quito YOmeAPUNTO"

Estudio de caso III: YASunidos

3. Algunas reflexiones finales

4. Bibliografía y fuentes citadas

1 Orazio Belletini es Director-Ejecutivo del Grupo Faro y Adriana Arellano es Directora de Investigación, Grupo FARO Los autores agradecen a Hugo Carrión por la elaboración del estudio de caso sobre el 30 de septiembre.

1. Introducción

En los últimos años, en Ecuador y otros países de América Latina, se ha producido una expansión de las funciones y del tamaño del Estado. Esta expansión ha sido legitimado por la idea de que las sociedades latinoamericanas precisan expandir la oferta de bienes públicos como parte integral del proceso desarrollo, lo que supone una mayor presencia estatal.

El crecimiento de la presencia, material y simbólica, del Estado en Ecuador se ha dado de tal forma que en algunos casos se vieron reducidos los márgenes de acción de otros actores de la sociedad, entre los cuales se incluyen las organizaciones de la sociedad civil. Dicho de otra forma, la relación Estado – Sociedad Civil parece dar lugar en el Ecuador a un juego de suma cero, donde el fortalecimiento del Estado se ha dado a expensas del debilitamiento de otros sectores de la sociedad (Bellettini, 2013).

Un ejemplo de este escenario es el conjunto de reformas que se han realizado en Ecuador alrededor del sector de las comunicaciones. En junio de 2013 fue aprobada la Ley de Comunicaciones que, siguiendo los principios establecidos en la Constitución Ecuatoriana aprobada en 2008, reconoce a la comunicación como un derecho humano y busca la democratización de las comunicaciones, garantizando la diversidad y pluralidad, para lo cual establece la necesidad de regular los medios de comunicación con el fin de alinear su labor con el interés público.

Sin embargo, la Ley de Comunicación también incorpora mecanismos de control sobre quienes pueden comunicar y los contenidos del proceso comunicativo. Así crea un Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación como organismo regulador integrado por un representante del Ejecutivo, del Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia (CNNA), de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) y de la Defensoría del Pueblo, todas instituciones que reciben financiamiento estatal. La ley prevé la integración de un Consejo Consultivo y uno ciudadano pero su rol aún no está claro y sus decisiones no son vinculantes.

En los dos años que lleva en vigencia la Ley de Comunicación, el órgano de control, la Superintendencia de la Comunicación (SECOM) ha sancionado a 198 medios privados. El organismo ha realizado 506 procesos y 313 resoluciones, de las que 185 han sido sanciones económicas, con las que el Estado ha recaudado 201.596 dólares (Constante, 2015).

En suma, pese a que la nueva Ley de Comunicación se propone democratizar el acceso a los canales de comunicación a los diferentes sectores de la sociedad, su aplicación depende casi enteramente de un solo actor, el Estado, poniendo en riesgo su capacidad real de alcanzar el objetivo buscado y limitando, en la práctica, la capacidad de otros actores de difundir sus puntos de vista sobre los temas que se discuten en el Ecuador.

Por otra parte, en los últimos años el Gobierno Ecuatoriano ha promulgado regulaciones dirigidas a las Organizaciones de la Sociedad Civil que, si bien consideran el establecimiento de un fondo concursable para financiar la labor de las OSC, y la creación de programas de capacitación para fortalecer las capacidades de los integrantes de las organizaciones sociales y ciudadanas, reducen las posibilidades de las mismas de participar en los debates de políticas públicas. Así el artículo 30 del Decreto Ejecutivo No. 16 establece que una OSC podría ser disuelta si participa en "actividades de injerencia en las políticas públicas clave para el Estado Ecuatoriano así como realizar actividades que perturbasen la paz pública".

Este marco normativo parece reflejar las nuevas relaciones de poder entre el Estado y la sociedad civil, caracterizado por la reducción de espacios de participación autónoma en la deliberación de los temas que se debaten en la esfera pública. Por ello, es razonable suponer que, en el caso del Ecuador, podría expandirse la utilización de los espacios *online* para posibilitar la participación en un espacio relativamente más abierto. Sin embargo, al plantear esta hipótesis es importante tener presente que, pese a que el analfabetismo digital en Ecuador se ha reducido del 33,6% en el 2009 al 14,3% en el 2014 (El Universo, 2015), más de mitad de la población no tiene acceso al Internet lo que podría

obstaculizar el potencial real de la virtualidad como espacio de participación[2].

Sin embargo, existen más de 16 millones abonados a telefonía móvil (110% de la población) mientras que la fija se estancó en 2 millones, 110% y 15% de la población, respectivamente (Supertel, 2014). El acceso a telefonía celular, una de las más altas de América Latina, ha posibilitado el uso, espontáneo y planificado, de estrategias de movilización y participación *online*, algunas de las cuales se analizarán en este capítulo.

Para entender de mejor forma las interacciones entre el mundo *online* y *offline* en Ecuador, a continuación se describen algunas experiencias recientes de participación de organizaciones sociales y ciudadanas que combinan ambos tipos de espacios para tomar parte activa de la esfera pública participando en procesos sociales, económicos y políticos clave para la democracia y el desarrollo del Ecuador, los que serán analizados a continuación.

Hacia el final de este documento, se analizarán las experiencias descritas y se propondrán algunas conclusiones y recomendaciones que promuevan lo que Sorj (2014) denomina formas virtuosas de relacionamiento entre la comunicación *on-line* y *off-line* que permitan combinar los espacios que abre el ciberespacio con la participación tradicional en espacios tradicionales de forma que se enriquezcan mutuamente y potencien la participación de la sociedad civil en un momento en que el incremento de la presencia del Estado lo hace más necesario que antes.

2. Estudios de casos

A continuación se describen tres estudios de caso de experiencias recientes de participación de la sociedad civil en Ecuador que han combinado estrategias *offline* y *online* para estar presentes en la esfera pública e incidir en momentos clave de la historia reciente del Ecuador.

2 De acuerdo a estadísticas oficiales el 46% de la población tiene acceso al Internet, esto es, tiene una computadora, una laptop o un teléfono inteligente.

Estudio de caso I: El 30 de Septiembre (30S)

a. Introducción

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), están configurando una nueva forma de comunicación y generación de información en la sociedad. Las TIC permiten que los ciudadanos accedan a información y la generen, permiten la configuración de relaciones horizontales, desmontando paulatinamente la forma tradicional con la que se accedía a la información a través de los medios de comunicación.

Esta influencia de las TIC se pudo observar el 30 de septiembre del 2010 (30-Sep), día en que una protesta policial por reivindicaciones laborales puso a prueba el sistema y las instituciones democráticas en el Ecuador, al igual que derechos ciudadanos como la libertad de expresión y el acceso a la información. Lamentablemente episodios de inestabilidad han sido constantes en la historia de Ecuador, movilizaciones ciudadanas han terminado en el derrocamiento de presidentes, sin embargo una insubordinación policial no se había registrado antes y sin duda era un hecho inédito.

Los medios de comunicación como la radio y la televisión fueron los primeros en comunicar al país lo que estaba sucediendo. Los periódicos desplegaron la información a través de sus páginas web. Sin embargo, los medios tradicionales se vieron limitados en su trabajo, puesola radio como la televisión fueron obligadas a enlazarse a una Cadena Nacional ordenada por el Gobierno Nacional, y los sitios web de los periódicos colapsaron por la cantidad de usuarios que buscaban información. Los medios de comunicación tradicionales y analógicos no tuvieron la capacidad de adaptación que se requiere en la sociedad digital que se configura. Las TIC permitieron la generación de redes donde la ciudadanía interactuó, se organizó y generó información que se constituyó en una alternativa para ser informado y emitir opiniones de los ciudadanos a los ciudadanos.

Mucha de la información generada el 30-Sep se la puede encontrar en internet, especialmente en las redes sociales, lo que permite configurar y construir la memoria digital del país. Lamentablemente parte de la información generada ese día está perdida y no se la puede recuperar lo que nos indica también la fragilidad de los medios electrónicos, como lo expone Vint Cerf uno de los padres del internet en lo que ha denominado como "la era oscura digital", en la que las futuras generaciones no tendrían registro del siglo XXI. (Ghosh, 2015).

b. Desarrollo

Cronología de los acontecimientos

La Asamblea Nacional se allana al veto presidencia y se aprueba el 29 de septiembre del 2010 la Ley Orgánica de Servicio Público – LOSEP, la cual equiparaba los sueldos de los funcionarios del Estado y eliminaba ingresos adicionales por bonificaciones, comisiones o estímulos económicos por el cumplimiento de años de servicio, por aniversarios institucionales, por efectos de ejecución de funciones propias de cada institución o por cualquier otro mecanismo modo o circunstancia.

La aprobación de la Ley, causó gran malestar entre los efectivos de la Policía Nacional, a pesar de que según declaraciones del Ministro del Interior de ese momento, Gustavo Jalk y el Comandante General Freddy Martínez, se había desarrollado una amplia campaña de socialización sobre los beneficios de la Ley dentro de la Policía Nacional.

El 30 de septiembre del 2010 entre las 07:00 y las 08:00 de la mañana, alrededor de 800 miembros de la Policía Nacional en el Regimiento Quito No 1[3], iniciaron una paralización de sus actividades. Esto fue transmitido por los principales medios de comunicación especialmente la radio y la televisión. Se

3 El Regimiento Quito No. 1 es la principal unidad policial de la capital con una capacidad de 3.000 policías.

evidenció que la cúpula policial no pudo controlar la situación, estaba rota la cadena de mano y el respeto a las jerarquías.

Aproximadamente desde las 08:30 militares de la Base Aérea de Quito, se toman las instalaciones del Aeropuerto Mariscal Sucre lo que provocó su cierre. Alrededor de 150[4] militares bloquearon la pista. El descontento militar se manifestó en las inmediaciones del Ministerio de Defensa, sector conocido como La Recoleta, en donde se evidenció el malestar de un sector denominado "La Tropa", militares de menor jerarquía.

> En declaraciones recogidas en el especial "Testimonios del 30 de septiembre" de Teleamazonas un militar explica el porqué de la protesta.
> *Pregunta de la periodista Gissela Bayona* ¿Ustedes *supuestamente son obedientes, no deliberantes, qué está pasando con esa obediencia, esa disciplina?*
> *Respuesta del Militar: "Así es, la Tropa alguna vez se tiene que cansar, hemos sido atropellados desde hace mucho tiempo atrás. 3 años que nos vienen ofreciendo que nos van a igualar los sueldos, pero no es así, entonces ya es hora de levantarnos, pararnos y protestar porque está en contra de nosotros el gobierno*"

Al igual que en la Policía, en los destacamentos militares se habían implementado según declaraciones del Ministro de Defensa, Javier Ponce y el General Ernesto González, Comandante de las Fuerzas Armadas, campañas de socialización de la Ley.

A las 09:15 en este ambiente de malestar y descontento el Presidente Correa llega al Regimiento Quito No 1. Aunque en ese momento no se podía dimensionar sus consecuencias, no era extraño que el presidente solucione conflictos de forma directa. En un primer intento la caravana presidencial no pudo ingresar y se retiró tras ser recibidos de manera violenta por los mani-

4 El 8 de abril de 2015, el Tribunal Primero de Garantías Penales de Pichincha, dentro del caso que investigó la paralización del aeropuerto Mariscal Sucre, durante la sublevación policial del 30 de septiembre del 2010, declaró culpables del delito de paralización de un servicio público a 63 miembros de Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE). La sanción podría ser de 8 a 12 años.

festantes. Sin embargo regresó la Caravana Presidencial para dialogar con los Policías, pero ni los ánimos ni las posturas fueron las adecuadas para lograr el objetivo. No había condiciones de seguridad para precautelar la integridad del Presidente. González (2014) manifiesta que "a pesar de que el Contralmirante Jefe de la Casa Presidencial le recomendó sobre la inconveniencia de ir desde el punto de vista de la seguridad. Fue con la finalidad de mantener diálogos directos con el personal de la Policía Nacional, situación que fue rechazada mediante el uso de gases y profiriendo epítetos contra el primer mandatario".

No había condiciones para dialogar, el país en tiempo real observó a través de la televisión como en el momento que el Presidente trata de retirarse del regimiento, se desata una ola de violencia y agresiones que afectan su integridad física, lo que origina que tenga que ir al Hospital de la Policía, ubicado al costado del regimiento para estabilizar su salud y refugiarse de los manifestantes. A partir de este momento, la atención se centraría en el Presidente y su situación.

En Guayaquil, los policías se agruparon para manifestar el malestar y respaldar a sus compañeros en Quito. Llama la atención la consigna de los manifestantes; "Viva el Paro", "Hoy no Trabajamos". Situación que fue aprovechada para el saqueo en algunos locales comerciales.

El malestar policial se repetía en varias ciudades, lo que agudizaba la grave situación en el país. La ciudadanía evidenció el cierre de calles, quema de llantas, agresión a ciudadanos por parte de quienes tienen la obligación de precautelar que estos hechos no sucedan.

La Asamblea Nacional, fue tomada por parte de la Escolta Policial, la misma que no permitía el ingreso de los asambleístas ni de los periodistas. Por la fuerza asambleístas del partido de gobierno ingresaron y denunciaron el ingreso de los asambleístas de oposición sin ningún inconveniente. El Presidente de la Asamblea Fernando Cordero se encontraba en el exterior, por lo que la Vicepresidenta de la Asamblea Irina Cabezas, tuvo que asumir la situación.

Declaraciones del Coronel Rolando Tapia muestran la situación en la Asamblea Nacional:

Debo decirles señores que todavía mantengo el liderazgo de mi personal policial acá de la Asamblea, pero no es menos cierto que me uno a la actitud que han asumido mis compañeros policías. (Teleamazonas, 2011)

Tanto en las instalaciones del Regimiento Quito No. 1, como en la Asamblea Nacional y otros lugares de la ciudad, las agresiones contra los periodistas que transmitían los acontecimientos fueron escalando en los niveles de violencia, desde insultos, despojo de sus herramientas de trabajo, hasta la agresión física. Tanto los medios privados como los públicos difundían información de los acontecimientos a pesar de las condiciones de inseguridad que se presentaban.

Alrededor de las 12:00 el Presidente da una entrevista a la Radio Pública, en donde explica la situación de inseguridad que atraviesan él y su equipo de seguridad. Por parte de los policías se organizan comisiones para dialogar con el Presidente, en los videos se observa cierta desconfianza y se exige transparencia en los diálogos.

Debido al cierre del Aeropuerto de Quito, el Vicepresidente Lenin Moreno no pudo llegar a Quito, en sus declaraciones desde Guayaquil manifestaba el apoyo al Presidente. De manera similar el Presidente de la Asamblea Nacional expresaba desde España su respaldo al Presidente a través de una entrevista por Skype.

A las 13:21 Se firma el Decreto Ejecutivo No 488[5] en el que se declara el Estado de Excepción, esto obligó la movilización de Fuerzas Armadas y a los medios de comunicación a enlazarse a una cadena nacional indefinida e ininterrumpida.[6]

A partir de la 14:00 los medios de comunicación se enlazan a una Cadena Nacional. En las calles de Quito, ciudadanos se expresaban mayoritariamente a favor del gobierno. Simpatizantes del Régimen se reúnen en la Plaza de la

5 De acuerdo al Sistema de Información de Decretos Presidenciales, el documento fue firmado electrónicamente el día 30 de septiembre de 2010 a las 13:21:43.

6 El artículo 165 de la Constitución de la República del Ecuador, establece en su numeral 4 que la Presidenta o Presidente de la República podrá "disponer censura previa en la información de los medios de comunicación social con estricta relación a los motivos del estado de excepción y a la seguridad del Estado."

Independencia, desde el Palacio de Carondelet, el Canciller Ricardo Patiño hizo llamados para rescatar al Presidente y dirigirse al Hospital de la Policía.

"Quiero invitar a los valientes que están aquí abajo, a que vayamos, a que vayamos juntos a rescatar al Presidente, que está en el Hospital de la Policía" Ricardo Patiño. (Teleamazonas, 2011)

Los manifestantes a favor del Gobierno llegaron a las inmediaciones del Regimiento Quito No. 1 y fueron reprimidos por las fuerzas policiales sublevadas. En otros lugares de Quito, se presentaron enfrentamientos entre ciudadanos partidarios de Correa y opositores (Programa La Televisión, 2011).

Alrededor de las 16:00 Los asambleístas opositores mediante rueda de prensa solicitan la amnistía para todo el personal que se habían sublevado, tanto de la Policía como de las Fuerzas Armadas.

Cerca de las 18:00 los soldados que se habían tomado la Base Aérea informan que han llegado a un acuerdo y permiten la apertura del Aeropuerto.

A las 19:00, manifestantes opositores ingresan por la fuerza al Edificio de los Medios Públicos, exigiendo que sus opiniones sean transmitidas. La sede de la cadena nacional cambia de EcuadorTV al canal incautado GamaTV. Esta transmisión durará hasta el momento en que los canales privados empiezan a transmitir por sus propias señales el operativo de rescate del Presidente Correa. No hay constancia que la disposición de enlazarse en Cadena Nacional haya sido suspendida.

Aproximadamente a las 20:00 fuerzas militares llegan al sector del Hospital de la Policía Nacional, que junto al Grupo de Intervención y Rescate - GIR, Grupo de Élite de la Policía Nacional, uno de los pocos grupos que habían mantenido la disciplina dentro de la institución Policial, se disponen a efectuar el rescate del Presidente.

Finalmente a las 21:30 el Presidente fue rescatado y abandona el Hospital de la Policía en medio de un tiroteo a la caravana que le trasladaba al Palacio de Carondelet.

Cadena nacional de radio y televisión indefinida y obligatoria

Se presenta a continuación un análisis de la cadena nacional decretada por el gobierno, la misma que termina en el momento en que los medios privados transmiten la salida del Presidente Correa del Hospital de la Policía por sus respectivas señales.

El Secretario de Comunicación Fernando Alvarado, en el Documental *Muchedumbre 30S* explica las razones por las cuales se tomó la decisión de ordenar una cadena nacional indefinida e ininterrumpida.

"Yo puedo ver en la Universidad, en la papelería donde nos refugiamos mensajes que decían: saqueos en Guayaquil, saqueos en Quevedo, qué no podía aterrizar el Vicepresidente de la República, que el aeropuerto estaba tomado. Llamé inmediatamente a mi Subsecretario que estaba en Carondelet y le dije, prepara todo para una cadena nacional ininterrumpida e indefinida, voy a pedir autorización al Presidente" Fernando Alvarado (Comunicadores Asociados - Muchedumbre 30-S, 2011)

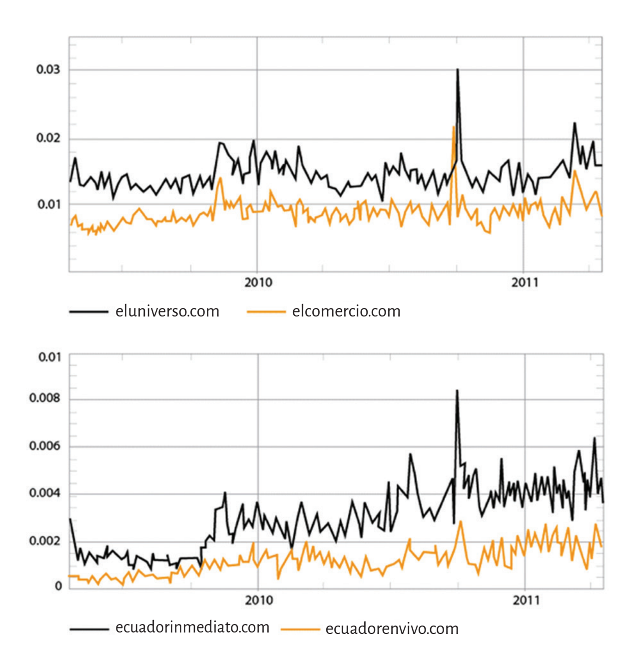
Los medios de comunicación como la radio y la televisión, que hasta el momento habían transmitido información de los acontecimientos en tiempo real y desde diferentes ciudades del país, enlazaron sus señales a las del canal público Ecuador TV por orden del gobierno.

A partir del enlace a la cadena nacional, los medios de comunicación transmitieron de manera continua la información que el gobierno difundía, se limitó a los ciudadanos el acceso a información amplia y plural, no obstante como estrategia de comunicación para demostrar el apoyo al gobierno, resultó efectiva. La cadena nacional también causó malestar y limitó el acceso a la información.

c. Usos de las TIC

En este acontecimiento en particular las TIC contribuyeron de forma determinante a democratizar el acceso a la información, se convirtieron en un canal alternativo de comunicación. Los sucesos no solo eran transmitidos por los medios tradicionales como la radio y la televisión. Si no que la información circulaba por las redes sociales como Twitter y Facebook. El tráfico de los principales periódicos digitales llegó al punto de colapsarlos los sitios web por la demanda de los usuarios. Un caso particular fue el del periódico digital ecuadorinmediato.com, que con gran agilidad pudo modificar su formato y siguió transmitiendo la información. Periódicos como El Hoy y El Comercio transmitían solamente a través de Twitter, pues sus sitios convencionales no estaban operativos.

Los gráficos siguientes ilustran el tráfico en línea de las publicaciones digitales principales. El pico más alto corresponde al 30-Sep, cuando se registraron las mayores tasas de acceso a internet. Se presentan las estadísticas obtenidas el sitio Alexa.com, correspondientes al alcance de tráfico diario, para 4 sitios web: el universo.com, elcomercio.com, ecuadorinmediato.com y ecuadorenvivo.com. La escala de medición es el porcentaje de tráfico mundial. Así se puede apreciar por ejemplo que en sitio web del periódico El Universo, su tráfico normal estaba en alrededor del 0,014% del tráfico mundial, sin embargo el 30 de septiembre se duplicó llegando al 0,030%.



Los periodistas y ciudadanos que se encontraban dentro del hospital de la Policía Nacional usaron Twitter para informar sobre los acontecimientos en detalle como fue el caso de la Periodista Susana Morán de diario El Comercio, quien a través de su cuenta personal @susanamorg, transmitió en vivo, con tweets y con video, incluso llegó e pedir auxilio a los twitteros cercanos para que le dejaran cargar su batería. A continuación uno de sus tweets.[7]



7 Tweet disponble en https://twitter.com/susanamorg/status/26037749529

El trabajo periodístico se realizó con dificultades por la represión policial. Varios periodistas y ciudadanos fueron agredidos y se les incautaron cassettes, baterías y memorias de las cámaras de fotos digitales y de los teléfonos celulares.

Los medios de comunicación como la radio y la televisión transmitieron desde las primeras horas del 30 de septiembre el desarrollo de los acontecimientos. La información no se limitó a las instalaciones del regimiento Quito, estas fueron transmitidas desde los diferentes puntos donde se desarrollaba las noticias. Por tal motivo se cuenta hoy con una gran cantidad de videos que se han colocado en redes sociales como Youtube, en donde se puede encontrar videos y testimonios de esos días.Eso permitió a los ciudadanos el acceso a la información y así sacar sus propias conclusiones y no ser objeto de manipulación.

Durante la retención del Presidente Rafael Correa, él pudo comunicarse con la población y sus ministros a través de entrevistas telefónicas con los medios públicos para manifestar la situación en que se encontraba. Al igual que los ministros y secretarios de gobierno llamaban a la calma y enviaban mensajes sobre que ningún derecho era vulnerado con la Ley aprobada.

Un aspecto importante en el rumbo de los acontecimientos fue la expedición del Decreto Ejecutivo No 488 el mismo que el Presidente firmó electrónicamente, en el que se establecía el Estado de Excepción. El decreto fue firmado a las 13:21 del 30 de septiembre de 2010 y la noticia fue difundida por twitter a las 13:37[8].



8 Tweet disponible en https://twitter.com/Presidencia_Ec/status/26004680445

A partir del enlace de los medios privados a la cadena nacional, la población solo tuvo una visión de los acontecimientos, que era a favor del gobierno. Las imágenes de apoyo se repetían al igual que el discurso del Vicepresidente Lenín Moreno, en donde apoyaba y respaldaba al Presidente e insistía que Correa gobernaba desde donde se encontraba, también las declaraciones del Comandante de las Fuerzas Armadas que respaldaban al Gobierno, no sin antes solicitar la revisión de la Ley. Durante 6 horas la población observo las manifestaciones de apoyo al régimen, los discursos de los ministros, cartas de apoyo de los organismos internacionales como la OEA y UNASUR, los cuales, invitaban a deponer las actitudes de los manifestantes y el apoyo a Correa.

A nivel internacional, los hechos se transmitían de una manera más plural a través de los corresponsales de las cadenas internacionales.

Sin embargo se no permitió transmitir manifestaciones de apoyo a los Policías de parte de algunos ciudadanos, estos solo se visibilizaron en la irrupción al edificio de los medios públicos, donde obligaron a los periodistas y presentadores a que les entrevistaran. Tras lograr una entrevista, la transmisión de Ecuador TV se interrumpió y dio paso a la señal de GamaTV medio incautado por el Gobierno.

Por otro lado la telefonía móvil permitió a los ciudadanos comunicarse con sus familiares de los acontecimientos y de la situación que se vivía. De igual manera a periodistas reportar los acontecimientos a sus canales.

Las redes sociales, sin duda democratizaron el acceso a la información. Periodistas y ciudadanos transmitían información, una verdadera manifestación de libertad de expresión y acceso a la información se vivió en las redes sociales. Twitter se convirtió en uno de los principales escenarios de información y debate.

Twitter una alternativa ciudadana para acceder a información

La penetración de acceso a internet en el año 2010 en el Ecuador no superaba el 20%, el mismo que se ha incrementado hasta superar el 60%, según estadistas oficiales del MINTEL. El uso de las redes sociales se difundía con gran aceptación entre sus usuarios y su red de contactos. Twitter no era de las redes más utilizadas en comparación con Facebook, sin embargo los sucesos del 30-Sep mostraron gran eficiencia e impacto.

Twitter permitió a quienes tenían acceso a internet informarse de una manera diferente de los hechos el 30-Sep, desde diferentes ciudades del país llegaban noticias, fotografías de lo que sucedía y que no era transmitido por los canales de televisión. La información era replicada por ciudadanos que se convirtieron en red de verdaderos reporteros de los acontecimientos.

También permitió generar un debate y emitir opiniones en forma plural, lo cual no estaba sucediendo en los medios tradicionales. Los tweets fueron replicados en los muros de Facebook, otra ventana que permitió la democratización de la información a nivel nacional e internacional.

Uno de los fenómenos que más llama la atención en torno a Twitter y el 30-Sep es la red de ciudadanos que se formó ante un objetivo e interés común. Una red auto- convocada y solidaria.

Una de las características de las redes sociales que resulta interesante es la reafirmación, por ejemplo en Facebook es la cantidad de amigos, en Twitter es el número de seguidores y las réplicas de estos, consolidándose en los denominadas Trending Topic (TT), es decir, la etiqueta más utilizada minuto a minuto de los usuarios de todo el mundo. Por lo tanto carece de importancia la difusión de un contenido si este no recibe respuesta. La magnitud del uso de algunos hashtags permitió que estuvieran entre las más usadas en el año 2010 a nivel mundial.

El 30 de septiembre el mundo digital de las redes sociales se dividió en-

tre los que informaba y entre los que generaban opinión los mensajes eran generados desde cuentas institucionales o desde cuenta de ciudadanos.

La información generada informaba varios acontecimientos y se producía desde diferentes lugares.

- @Pablooski : Problemas en Ecuador!!!Los policías y militares en huelga
- @carlosvictorm: "Estoy embarcado en el vuelo de KLM en quito y el vuelo no sale! Militares se toman el aeropuerto!"
- @menesesportatil: La conductora, con las manos temblando, dice: es un momento de mantener la calma.
- @menesesportatil: Estamos aquí para decir que no hay un solo lado, dice la manifestante. Los conductores: helados.
- @susanamorg: Caos en el hospital. Llegó el GIR. Cerraron otra vez las puertas del hospital donde aún sigue Correa. Hay mucha tensión.

Los ciudadanos y políticos opinaban en las redes sociales:

- @pedritortizjr: SENORES POLICÍAS, APRENDAN DE LOS DELINCUENTES: ELLOS TRABAJAN 24/7
- @CarlosVerareal: ¡Bravo policías dignos! ¡¡Bravooo!! No basta sacar la cúpula sumisa: ¡que les garanticen respeto y no los sancionen por ser dignos!
- @JoseYtur: ¡¿Por qué Teleamazonas se salió de la cadena?!
- @Juanleon89: Nunca un Espoli - El Nacional fue tan interesante.
- @josemarialeonc: Situación de guerra por prebendas estatales de la policía: Mañana, el Ecuador -pase lo que pase- será un peor país.

Durante los hechos del 30-Sep el internet ecuatoriano se volcó a Twitter para intentar informar lo que pasaba y lo que veían a su alrededor. El efecto se multiplicó cuando el gobierno del país optó por imponer una cadena nacional que duró horas e impidió que cualquier medio televisivo informara de lo que ocurría en el país.

Entre tanta información que circulaba por Twitter se usaban dos o tres hashtags para identificar los mensajes que narraban y/o informaban los hechos que ocurrían en ese momento en Ecuador. Había un desorden muy grande y hacía falta un identificador único que reuniera todo lo que se estaba publicando, que sea corto y descriptivo en sí mismo. Entonces Eduardo Arcos (@earcos) administrador del blog hipertextual.com publicó el siguiente tweet[9]



Según lo relata Eduardo Arcos en su blog, le pareció un buena idea por ser "una forma sencilla" de agrupar todos los tuits y noticias de lo que ocurría en esos momentos, tal y como se hizo con acontecimientos históricos internacionales como el 11-S y el 11-M, que recuerdan los trágicos episodios en Estados Unidos y España.

Un hecho que llama la atención es que desde julio de 2012, los términos "30S", "30-S" y "Prohibido olvidar" son de propiedad exclusiva del Gobierno, después de que el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) aceptó -en su Gaceta No 560- el registro de estas frases, hasta mayo de 2022.

Tras la popularización del término "30S" no están claros los alcances e implicaciones legales que tiene la utilización de las frases registradas por el Gobierno, pues hay medios y usuarios en redes sociales que continúan empleando estos términos sin reparos y otros que, por el contrario, prefieren no utilizarlos, pese a que se refieren al tema.

De acuerdo a un comunicado oficial del IEPI, los términos patentados por el Gobierno "forman parte del patrimonio del Estado y fueron solicitados

9 Tweet disponible en https://twitter.com/earcos/status/26001332756

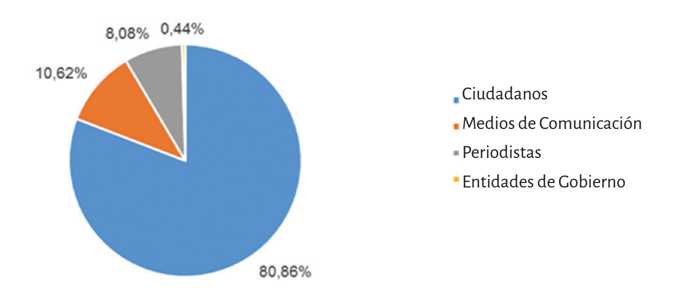
para identificar servicios o campañas específicas". También citan la Ley de Propiedad intelectual que en su artículo 218 expresamente dispone que "mientras sea de buena fe y no constituya un uso que lesione este derecho, cualquier persona puede hacer uso de la expresión (este uso de buena fe es cuando no ocasiona confusión, asociación o engaño en el público consumidor)".

Sin embargo la generación de información y opinión continúa en las redes sociales, espacio que los ciudadanos, actores políticos, periodistas, medios de comunicación y toda persona con acceso a una red de internet interactúa en la comunidad virtual transmitiendo y generando contenidos que evidencian que el 30-Sep es un hecho que no ha terminado en el Ecuador y que para el Gobierno de Correa es de alta sensibilidad.

Análisis cuantitativo de para participación en Twitter

De acuerdo al análisis del universo de *twitteros* del 30-Sep, a partir de la contabilización de los 7477 *tweets* que circularon las primeras 48 horas desde que inicio la sublevación policial, muestran a la plataforma Twitter como la herramienta que los ciudadanos emplearon para mantenerse informados, como se muestra en la figura. (Albornoz & Rosales, 2012).

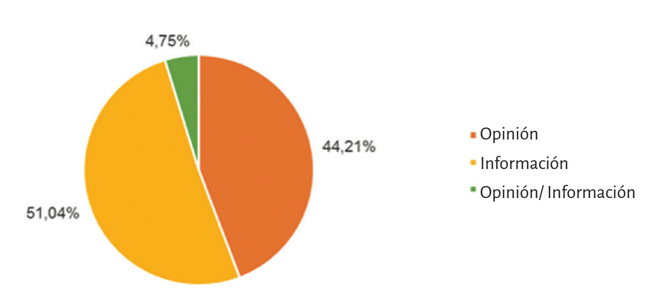
Origem de los mensajes en Twitter 30-Sep



Más del 80% de la información y opinión compartido en Twitter fue generado o *retweeteada* por ciudadanos. Según la procedencia de los ciudadanos se determinó que el 41,3% correspondían a ciudadanos del exterior, 8,5% a ciudadanos del Ecuador y el restante 31% a ciudadanos cuya procedencia no pudo ser determinada. El siguiente gráfico muestra el número de mensajes en Twitter según la procedencia.

Según el tipo de producción de los mensajes se determinó que cerca del 70% correspondieron a mensajes de producción propia el restante 30% a mensajes reenviados o *retweeteados.* Al categorizar el tipo de mensaje producido o reenviado, se definieron tres categorías: Mensaje de opinión, mensaje de información y mensajes mixtos (opinión/información).

Tipo de mensajes de Twitter el 30-Sep



La realidad *offline* y el ciberespacio

De acuerdo a Zygmunt Bauman, sociólogo y filósofo polaco vivimos una doble vida: la *online* y la *offline* que según él, define nuestra modernidad. Siguiendo a Bauman y en contexto con los hechos sucedidos el 30-Sep. Se podría pensar que se vivieron dos hechos paralelos, complementarios pero diferentes. El primero el que sucedió en la calles, con la protesta policial y posteriormente las protestas ciudadanas, hechos que desembocaron en actos de violencia, cientos de heridos y varios muertos. Hechos del mundo off-line que cinco años

más tarde aún esperan por ser esclarecidos. Y por otro lado se vivieron acontecimientos que se desarrollaron en plataformas virtuales, que comunicaban una realidad digital en línea, los hechos *online* que permitieron una vivencia diferente del mismo acontecimiento.

No obstante de este punto de vista, existen otros puntos de vista, como el de Nathan Jungerson, fundador del blog Cyborgology, quien en uno de sus posts del año 2011 introducía por primera vez el concepto de *dualismo digital*, también entendido como la separación del mundo *offline* y *online* en dos realidades distintas. Pero al leer sus ideas nos vamos a dar cuenta de que la razón por la que inventó esta nueva calificación fue para encontrar un nombre que defina lo que el autor consideraba una "falacia"[10]

Su razonamiento iba dirigido a aquellas personas que usaban frecuentemente las palabras *online* y *offline* para describir sus experiencias fuera y dentro del entorno digital. En la opinión del autor la línea que separa los dos mundos es un argumento falso que no encuentra su justificación en un mundo dominado por las nuevas tecnologías. En cambio, propone el concepto de "realidad aumentada" para definir su propia perspectiva de un mundo digital y físico fuertemente entrelazados.

A partir de este enfoque, lo ocurrido en las redes digitales el 30-Sep, se trató de una extensión de la red, a partir de la amplificación de la realidad. Por lo tanto no se trataría de hechos diferentes sino de una realidad aumentada, quizás producto de la propia dinámica que generan los medios electrónicos y las TIC, que sin duda permitieron generar una comunicación inmediata, interactiva e inter-operada, es decir operada y compartida por varios actores.

A fin de contrastar los hechos ocurridos en la realidad off-line con los acontecimientos e información producida en el ciberespacio, se presenta a continuación una línea de tiempo de los principales hitos que marcaron la jornada del 30-Sep.[11]

10 Tomado de revista TICbeat, 14 de agosto de 2014, http://www.ticbeat.com/

11 Hechos off-line tomados de sitio web de Ecuavisa
http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/82440-asi-vivio-pais-30-septiembre-2010

Hora	Hechos *offline*	Ciberespacio
07:00 a 09:00	Cerca de 800 policías se congregaron en los exteriores Regimiento Quito No. 1, en rechazo a la Ley Orgánica de Servicio Público (Losep), aprobada por la Asamblea la noche anterior. La quema de llantas y las consignas en contra del régimen mostraban la inconformidad de los uniformados.	
09:00 a 10:00	En la sede de la Asamblea Nacional también se dieron disturbios, 30 policías de la escolta legislativa impidieron el ingreso de los asambleístas.	Twitteros de todo el país informan acerca de cómo estaba la realidad desde Tulcán, Babahoyo, Loja, Yaguachi, Guayaquil, Cuenca, Machala y otras ciudades. Muchos vertieron sus opiniones anti y pro Correa, pero nunca dejaron de entregar información que no estaba en la pantalla de televisión: cierres de calles, cese de actividades en bancos, asaltos, etc.
10:00 a 12:00	El presidente de la República, Rafael Correa, acudió al Regimiento Quito. Asegura que no daría marcha atrás a la aprobación de la Ley, esto molestó a los gendarmes. Paralelamente, en el antiguo aeropuerto Mariscal Sucre de Quito, cerca de 400 militares de la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE) se unieron a la protesta y se tomaron la pista.	11:40 Susana Morán (@susanamorg) "Panamericana norte, a la altura de Carapungo, está bloqueada por la #policiaec"
	10:20 En el Regimiento Quito, la situación se volvió caótica, cuando Correa intentó abandonar las dependencias, fue agredido.	La gente que no tenía Twitter solicitaba la información a los twitteros conectados, quienes se pasaban datos y replicaban la información de sus colegas. Se genera un periodismo ciudadano con el único afán de informar

Hora	**Hechos *offline***	**Ciberespacio**
12:00 a 13:00	Una vez que salió del Regimiento,el jefe de Estado fue trasladado al Hospital de la Policía Nacional para recibir atención médica. Horas más tarde, el mandatario anunció que estaba secuestrado en esta casa de salud.	12:49 Eduardo Arcos (@earcos) propone el #30S como hashtag para identificar los acontecimientos
13:21	Se declara el estado de Excepción con el que se autorizó la intervención del Ejército.	El presidente Rafael Correa firma digitalmente el decreto 488 que declara el estado de excepción en todo el territorio nacional.
13:37		La Presidencia de la República (@Presidencia_EC) iinforma en Twitter sobre el estado de excepción. Ya se utiliza el hashtag #30S.
13:42	En los exteriores del hospital, donde estaba el presidente, se concentraron sus simpatizantes y fue cuando se dio enfrentamiento con la Policía. El joven universitario Juan Pablo Bolaños se convirtió en la primera víctima.	En lo mediático, webs como de varios periódicos se saturaron y salieron del aire veces. Las cadenas de TV no estaban transmitiendo en Internet y pocas fueron las radioemisoras que lo hicieron en suscanales digitales.
14:05	Se obliga a las estaciones de radio y televisión a que difundan la cadena indefinida e interrumpida.	
17:00 a 20:00	El Presidente Rafael Correa se encuentra en el tercer piso del edificio, donde es recluido toda la jornada protegido por un grupo de uniformados del GOE. El trabajo periodístico se realizó con dificultades por la represión policial. Varios periodistas y personas fueron agredidos y les incautaron cassettes, baterías y memorias digitales de las cámaras de fotos y de los teléfonos celulares.	17:17. Susana Morán (@susanamorg) “Un #policiaec herido acaba de ingresar al Hospital de la Policía. Correa sigue en el tercer piso del hospital” 18:41 Susana Morán (@susanamorg) La #policiaec está acorralada en las afueras del hospital. No me dejan tomar fotos

Hora	Hechos *offline*	Ciberespacio
20:00 a 23:00	Comienza la operación "Rescate", en la que participaron aproximadamente 900 militares del grupo de élite del Ejército, para rescatar al primer mandatario.	22:02 Susana Morán (@susanamorg) "Acaba de fallecer un policia del GIR, lo cubrieron con la bandera del Ecuador en el hospital de la policia. Sigue la balacera"
	20:47 Los policías sublevados se resistieron a la presencia militar y empezaron los primeros incidentes.	
	21:10 Correa sale del hospital en silla de ruedas. Fue cuando se intensificó el cruce de fuego.	
	23:05 El presidente llegó al Palaciode Carondelet, en donde ofreció un discurso ante miles de seguidores	23:07 Susana Morán (@susanamorg) "En los exteriores del hospital de la #policiaec hay piedras, casquillos de bala, llantas quemadas, vidrios. Es un panorama desolador"

d. Conclusiones y algunas reflexiones del caso

El 30-Sep puso en evidencia la capacidad de las TIC como herramientas alternativas y democratizadoras del acceso a la información. En las redes sociales los ciudadanos interactúan de manera dinámica proporcionando información de los acontecimientos, rompiendo la relación vertical que se produce con los medios de comunicación tradicionales en donde los ciudadanos son espectadores de los hechos.

Las redes sociales el 30-Sep permitieron que los ciudadanos informen a los ciudadanos y también que los ciudadanos expresen sus puntos de vista a favor y en contra sobre lo que estaba ocurriendo, Las redes sociales se convirtieron en plataformas de opinión ciudadana, lo que contrastaba con la cadena nacional que emitía mensajes a favor del Gobierno.

La red social Twitter en particular se constituyó en los hechos del 30-Sep en una herramienta de información y opinión ciudadana fundamental. Contrariamente a lo prevista la red Facebook no fue protagonista en esta jornada, a pesar de contar con un mayor número de usuarios, posiblemente el formato más dinámico y simple de Twitter permitió que su uso sea mayor.

El internet permitió que un hecho como el 30-Sep se pueda conocer en tiempo real a nivel global. Lamentablemente esta ventana de comunicación alternativa no fue utilizada en ese momento por los medios de comunicación tradicional, los cuales no vieron el potencial de internet para informar no solamente de manera local sino al mundo. Sin embargo cinco años después los medios están manejando de mejor manera las potencialidades de las TIC.

Las TIC dan paso a nuevas formas de relacionarse en lo político, económico, social y cultural. Los ciudadanos interactúan de manera directa con sus representantes. Los ciudadanos opinan sobre sus gobernantes, por lo tanto el Gobierno no puede ser sensible ante las críticas que recibe, sino entender que es una forma diferente y nueva de comunicación con sus mandantes. Por lo tanto es la construcción de un nuevo tipo de sociedad que requiere formas diferentes de organización, comunicación e información.

También se evidencia la fragilidad de los medios electrónicos, pues importante de la información generada el 30-Sep no se pudo recuperar, tomando en cuenta que la mayor cantidad de videos y documentales se encuentran almacenados en redes sociales como Youtube. Es importante entender que el contenido que se publica en las redes sociales pertenece a las empresas que generan la plataforma y no a los ciudadanos que contribuyen almacenando la información en los sitios de internet.

Como un repositorio audiovisual los videos, audios y documentos ubicados en redes sociales y en internet se han convertido en una memoria histórica de los acontecimientos del 30-Sep. Mediante esta realidad las tecnologías de la información y comunicación – TIC, fue posible observar hechos, realidades y acontecimientos que contribuyeron a formular análisis de este lamentable día en la historia reciente del país. Sin embargo, mucha de la información generada ese día ya no es posible encontrarla.

Estudio de caso II
Colectivo "Quito, YO me APUNTO"

a. Introducción

El colectivo ciudadano "Quito, YO me APUNTO" nació a la vida virtual en febrero de 2011 como una respuesta al interés y compromiso de quiteñas y quiteños por trabajar en la construcción de un proceso democrático y participativo hacia la "gobernanza" del territorio del Distrito Metropolitano de Quito, aprovechando las facilidades que brindan las tecnologías de la información y la comunicación, muy particularmente la red social Facebook.

Con más de 4600 miembros el Colectivo ha posicionado temas en la agenda pública vinculados con el desarrollo urbano, la seguridad ciudadana, la generación de medios alternativos de transporte, por mencionar algunos de los temas promovidos por este colectivo.

b. Evolución y roles

El Colectivo "Quito, Yo me apunto" nació como un espacio para permitir que ciudadanos (as) de la ciudad de Quito pudieran expresar sus opiniones y propuestas sobre los desafíos existentes en la sociedad así como sobre las políticas implementadas por la administración local.

Esto ocurre en parte debido "a la escasa apertura de las entonces autoridades del Municipio de Quito a la participación de la ciudadanía[12]". Desde esa perspectiva, el Colectivo comenzó estableciéndose donde los ciudadanos podían canalizar su descontento sobre algunas decisiones tomadas por la administración local así como de la falta de canales de comunicación entre el gobierno local y la ciudadanía.

De acuerdo a María Sara Jijón, su fundadora, a las tres semanas de creado el grupo los cerca de 300 personas que lo integraban decidieron que era necesario complementar los intercambios virtuales con encuentros presenciales y por tanto se convocaron para definir la misión y principios del colectivo así como los temas que se iban a priorizar y la forma de regular los contenidos del grupo. Los primeros encuentros presenciales en los que participaron algunos de sus fundadores permitieron acordar, por ejemplo, las cuatro normas que han guiado el funcionamiento del grupo desde sus inicios entre las que se incluyen que no se permitirían comentarios que promuevan intereses económicos o comerciales (i.e. propagandas de bienes o servicios); que expresen posturas político – partidistas; o que afecten la dignidad de las personas.

Los encuentros presenciales permitieron además identificar las dimensiones que fueron elegidas por el grupo en sus encuentros *offline* como de importancia para el colectivo, los que se detallan a continuación:

i) Movilidad urbana.- El Colectivo decidió tratar temas como las causas y efectos del crecimiento del parque automotor de la ciudad, cobertura y calidad del transporte público, el estado de las veredas así como otro tipo de infraestructura utilizada por los peatones, por mencionar algunos de los más importantes;

ii) Ambiental.- Desde el inicio, el Colectivo "Quito yo me apunto" se propuso convertirse en un espacio que permita a la ciudadanía expresar sus opiniones sobre los desafíos de lograr un desarrollo urbano ambientalmente sostenible así como propuestas concretas para al-

12 Entrevista a María Sara Jijón, fundadora del colectivo virtual, Quito, 29 de mayo de 2015

canzar ese objetivo sobre, por ejemplo, como instaurar procesos de reciclaje de residuos sólidos inexistentes en la ciudad, agricultura urbana, conservación de árboles, por describir algunos de los temas que se han analizado en este foro.

iii) Cultural.- De acuerdo a su fundadora, el Colectivo "Quito yo me apunto" comenzó tratando este tema, como la mayoría de los otros, desde la queja y la denuncia. En concreto varios de sus integrantes se pronunciaron en este espacio virtual contra la propuesta de la administración municipal de cambiar el himno a la ciudad de Quito. Posteriormente, el Colectivo, buscando un rol más propositivo, asumió como una de sus actividades visitar los barrios de la ciudad para recuperar y difundir su historia como una estrategia para contribuir con la recuperación de la identidad de los (as) quiteños.

iv) Seguridad ciudadana.- El espacio virtual creado por el Colectivo "Quito yo me apunto" permitió también informar de robos y otro tipo de atentados a la seguridad ciudadana ocurridos en diferentes partes de la ciudad. Adicionalmente, el Colectivo permitió la generación de algunas propuestas orientadas al incremento de mayores niveles de seguridad ciudadana en Quito.

El Colectivo fue creado como una grupo abierto de Facebook administrado por 7 personas quienes de forma voluntaria dedicaban parte de su tiempo a gestionar el contenido compartido por los participantes asegurando el cumplimiento de las reglas que el grupo se había autoimpuesto. Tanto su presencia *online* cuánto los espacios *offline* generados por el Colectivo fueron financiados con aportes monetarios y no monetarios realizados por sus integrantes.

Durante las primeras reuniones se acordó mantener el Colectivo como un espacio no formal que no buscaría obtener personería jurídica procurando así mayor flexibilidad y dinamismo. De acuerdo a su fundadora, esta decisión fue conversada nuevamente por los integrantes del Colectivo durante los si-

guientes años sobre todo cuando se presentaron oportunidades de financiamiento que sólo podía ser canalizado a organizaciones legalmente constituidas.

En esos procesos de deliberación se ratificó la decisión de mantenerlo como un espacio no formal lo cual les otorgaba, en opinión de sus integrantes, más independencia al tiempo que reducía el riesgo de ser clausurada por el Gobierno aplicando el Decreto 16, que es la regulación dirigida a las Organizaciones de la Sociedad Civil que establece como causal de disolución el realizar actividades de injerencia en políticas públicas clave para el Estado Ecuatoriano.

Analizando los objetivos fundacionales y la dinámica de los procesos promovidos alrededor de la formación de políticas públicas y la promoción de la participación ciudadana en la gestión pública local, es posible identificar los siguientes roles desempeñados por el Colectivo “Quito, YO me apunto”:

i) Recolección y difusión de información.- Un rol ejercido desde el inicio por el colectivo virtual fue el de recabar y difundir información sobre los diferentes temas tratados. Esta información versaba desde quejas sobre mala utilización de vehículos pertenecientes al Municipio de la ciudad así como la historia de un barrio de la ciudad.

ii) Intercambios y aprendizajes.- De acuerdo a la entrevista realizada a la fundadora del colectivo, entre sus integrantes figuran personas altamente especializadas en los temas que se decidieron promover desde el Colectivo. Esto permitió intercambios muy enriquecedores entre los integrantes del grupo, especialmente en la primera fase del colectivo donde todo lo que se publicaba en su muro de Facebook era público. Luego y debido a ataques que tuvo el Colectivo por parte de personas que lo acusaba de promover intereses partidistas contrarios a la administración municipal se decidió que los comentarios serían aprobados por los administradores del grupo antes que se hagan públicas.

iii) Incidencia en políticas locales.- Dado que algunas autoridades del gobierno de la ciudad han sido miembros del Colectivo, algunas de las propuestas que se generaron allí han sido asumidas por las autoridades locales. Este es el caso de la noción de movilidad sustentable y el de ecología urbana que permitieron que luego se implementen políticas para promover medios de transporte alternativos como las bicicletas y la promoción de huertas en las viviendas de la ciudad.

Estas propuestas de políticas locales emergían en espacios *offline* organizados en un la sede de una Fundación que ocupaba una infraestructura ubicada en uno de los parques de la ciudad cuyo uso le había sido cedida en años anteriores por el gobierno local. Los espacios se denominaron "Quito dialoga" y "Quito propone" y, de acuerdo a María Sara Jijón, Fundadora del Colectivo, estos espacios de encuentro *offline* eran el complemento perfecto a los intercambios de ideas y propuestas que se realizaban en el espacio *online* pues, permitían un intercambio más profundo que permitía "destilar" las ideas y convertirlas en propuestas concretas que, en varios casos, fueron enviadas a las autoridades locales y permitieron ir a los medios de comunicación para difundirlas a la opinión pública.

En el 2013, luego de una serie de lo que los participantes del grupo consideraron ataques de "*trolls*" contratados para el efecto, el Colectivo tomó dos decisiones que afectaron la dinámica que había mantenido desde el inicio[13]. En primer lugar, cerró el grupo de forma que sólo pueden participar escribir comentarios los integrantes del grupo además que los intercambios sólo pueden ser vistos por quienes lo integran.

Adicionalmente, y dado que el Municipio anunció que comenzaría a cobrar a la Fundación donde hacían las reuniones presenciales, decidieron dejar

13 En la jerga de Internet, un trol describe a una persona que publica mensajes provocadores, irrelevantes o fuera de tema en una comunidad en línea, como un foro de discusión, sala de chat o blog, con la principal intención de molestar o provocar una respuesta emocional en los usuarios y lectores, con fines diversos y de diversión2 o, de otra manera, alterar la conversación normal en un tema de discusión, logrando que los mismos usuarios se enfaden y se enfrenten entre sí (Wikipedia, 2015)

de reunirse con la periodicidad ocurrida hasta ese momento. Ambas medidas cambiaron, en primer lugar, la tendencia de incremento de miembros que se evidenció entre el 2011 y el 2013 y redujo la capacidad de generar propuestas que, como se mencionó anteriormente, se beneficiaba de la interacción *offline*.

c. Conclusiones y algunas reflexiones del caso

La experiencia del Colectivo "Quito, yo me apunto" evidencia la vigencia, tanto en los espacios *online* como *offline*, de la frase "*All politics is local*" (Toda política es local) adjudicada al Congresista Norteamericano Thomas O´Neill.

A diferencia de los debates sobre temas nacionales, regionales o globales que, por su naturaleza, suelen ser más etéreos, ideológicos y difusos, la mayoría de los temas debatidos en este colectivo tenían que ver con desafíos concretos de la gestión de la ciudad tales como la movilidad, el estado de los espacios públicos o la seguridad ciudadana. Un elemento que destaca en los debates que se han generado en el Colectivo es la presencia de propuestas concretas sobre cómo enfrentar los problemas públicos que son identificados como tales por sus miembros. A manera de ejemplo y dado que algunos de sus integrantes son especialistas en temas de gestión urbana lo cual permitía un diálogo de alto nivel técnico que, según la opinión de su fundadora, contribuía con la formación de una masa crítica de ciudadanos (as) con opinión informada sobre dimensiones críticas de la gestión de la ciudad[14].

Sin embargo, el hecho que el Colectivo se viera en la necesidad de crear el espacio "Ecuador, yo me apunto" debido a la importancia de temas nacionales que se trataban da cuenta de la importancia y vigencia de los temas ocurriendo en el país y que resulta difícil aislar la influencia de lo nacional en lo local y de lo local en lo nacional en una dinámica en la que ambos niveles interactúan de forma fluida y permanente.

14 Entrevista a María Sara Jijón, Fundadora del Colectivo "Quito, YO me apunto", Quito, 29 de mayo de 2015

Estudio de Caso III: YASunidos

a. Introducción

Tradicionalmente, el activismo ambientalista en el Ecuador, como en muchas partes en el mundo, ha estado integrado mayoritariamente por jóvenes, con personas comprometidas con esfuerzos de conservación del medio ambiente, que realizaban actividades de sensibilización, movilización y protesta en el espacio público, a través de la distribución de hojas volantes, la convocatoria boca a boca, manifestaciones en las calles y el uso del grafiti como medio de denuncia y propaganda. En los últimos años, estos grupos han adaptado su *modus operandis* tradicional para aprovechar el uso de herramientas tecnológicas, el internet y las redes sociales y, a través de ellas, realizar actividades de sensibilización, convocatoria, movilización y protesta.

El uso de las redes sociales y del internet, se vuelve clave para el activismo ambientalista más aun considerando que los jóvenes son el grupo etario que más utiliza el internet y las redes sociales. De acuerdo con estadísticas del 2010 (INEC, 2013), el grupo etario con mayor uso de internet se encuentra entre 16 y 24 años (64,9%) seguido de personas de 25 a 34 años (46,2%).

El caso que se presenta a continuación analiza la experiencia de un colectivo ambientalista en el Ecuador y la relación entre las estrategias *online* y la movilización *offline* promovida a favor de la recolección de firmas para la aprobación de una consulta popular. Según Earl & Kimport (2011), el ciber-activismo se da en un continuum que va desde la **ciber-movilización**, que consiste en el uso de herramientas de internet y redes para la convocatoria a movilizaciones *offline*; a las **ciber-tácticas**, que incluyen componentes *on-* y *offline* pero no requieren la presencia de los participantes y organizadores, constituyen formas de protesta y disenso *online* (peticiones y firmas *online*, envío de cartas a autoridades); y a los **ciber-movimientos**, en los que la organización y participación en

el movimiento ocurre enteramente *online*. El caso a continuación recorrerá este continuum identificando los vínculos entre lo *off-* y lo *online*.

b. Antecedentes

A continuación se presentan los antecedentes al establecimiento del Movimiento YASunidos que comprende:

Campaña "Amazonía por la Vida"

La campaña "Amazonía por la Vida" nace en 1989 con la participación de organizaciones ecologistas y de derechos humanos en Ecuador. La campaña nace en respuesta a una necesidad de espacios de articulación y promoción de iniciativas para enfrentar la actividad extractivista en la Amazonía y defender los territorios y poblaciones que habitan esta zona. Los objetivos principales de la campaña se concentraron en diseminar información y sensibilizar acera de la problemática ambiental en los territorios de la Amazonía, desarrollar estrategias para detener el deterioro del medio ambiente y condiciones de vida de las poblaciones en la región, y promover la participación de las poblaciones en la identificación de soluciones a los problemas ambientales en su lugar de vida.

Desde su creación la campaña montó, a través de una organización de la sociedad civil, un centro de monitoreo de la actividad petrolera en la Amazonía, desarrolló y difundió publicaciones sobre los impactos de la actividad extractiva, realizó denuncias y coordinó movilizaciones, y realizó una campaña de recolección simbólica de firmas en vallas en todo el país en escuelas, colegios y universidades en distintas ciudades del país, todo en favor de la protección de territorios amazónicos. A partir del 2007, con el nacimiento de la iniciativa gubernamental "Yasuní – ITT" para la conservación del Parque Nacional Yasuní, la campaña "Amazonía por la Vida" enfoca sus esfuerzos en convertirse en la voz de la sociedad civil para la promoción de esta iniciativa.

En ese momento, la campaña no tenía facilidad de acceso a los medios tradicionales de comunicación y utilizó únicamente su página web y estrategias de *mailing* a una base de 10.000 contactos para la sensibilización, convocatoria y movilización de la ciudadanía en una serie de actividades *offline* como: ferias llamadas "utopías" en las que se exhibían innovaciones para la generación de energía (energía alternativa a través de bici-máquinas), agroecología y alternativas al uso de combustibles fósiles; eventos artísticos llamados "ceremonias de luna llena" en donde se reunían artistas y realizaban rituales ancestrales para la conexión con la naturaleza; entre otras actividades.

Iniciativa "Yasuní - ITT" para la Conservación del Parque Nacional Yasuní

En el 2007, durante la administración de Rafael Correa, el gobierno nacional promueve la Iniciativa "Yasuní - ITT", una propuesta originada en la sociedad civil[15], con la que se buscaba garantizar la no explotación de 846 millones de barriles de petróleo en los campos Ishpingo, Tambococha y Tiputini, localizados en la provincia de Orellana dentro del Parque Nacional Yasuní. Este parque, creado en 1979 (Acuerdo Ministerial No. 322, 1979) con una extensión de 982.000 hectáreas, es el núcleo de la Reserva de Biosfera Yasuní (reconocida por la UNESCO en el marco del Programa de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y Cultura en 1989) y catalogado como una de las zonas más diversas del planeta (Bass, Finer, et al., 2010), donde en una hectárea existen más especies de árboles que en todo Norteamérica (Proyecto Yasuní ITT, 2012). Por otro lado, el Parque Nacional Yasuní, además de la enorme variedad de flora y fauna que alberga, es el territorio donde habitan las dos últimas comunidades indígenas no contactadas en Ecuador: los Tagaeri y los Taromenane. Estas comunidades de la Amazonía ecuatoriana se han visto afectadas previamente por procesos de extracción de petróleo y de madera, que se han incrementado en las últimas décadas en la selva Amazónica (Izko, 2012).

15 El origen de la iniciativa no es fácil de rastrear, sin embargo, se conoce que ella se desarrolló a partir de propuestas realizadas desde los ochentas por organizaciones no gubernamentales, académicos y la sociedad civil (El Universo, 2010).

La Iniciativa "Yasuní – ITT" buscaba combatir el cambio climático, proteger la alta biodiversidad del área y el aislamiento voluntario de los pueblos indígenas no contactados, y posicionar una estrategia tendiente a consolidar un nuevo modelo de desarrollo equitativo y sustentable en el país. El gobierno ecuatoriano pidió como compensación a la no extracción de petróleo (20% del total de las reservas de petróleo en el Ecuador), la suma de 3.600 millones de dólares, lo que se estimó era la mitad del dinero a valor presente que Ecuador recibiría si se explota la mencionada reserva. Y se proponía que este dinero se utilizaría para la transición del país a una economía post-petrolera mediante el desarrollo de fuentes renovables de energía, la protección de los ecosistemas y las áreas protegidas, reforestación de áreas degradadas, y la promoción del desarrollo social y el empleo sustentable.

En su momento, la iniciativa del gobierno se constituyó como la propuesta de conservación ambiental más innovadora en el mundo, ya que pretendía preservar su biodiversidad, los pueblos no contactados, apoyar la captura de carbono y no generar más gases de efecto invernadero y generó interés y debate sobre todo en algunos países de Europa. Sin embargo, luego de cinco años de difusión de la iniciativa y ejecución de los esfuerzos de recaudación de fondos, el 15 de agosto de 2012, el Presidente de la República del Ecuador, Rafael Correa, anunció la decisión de terminar con la iniciativa "Yasuní – ITT" y explotar las reservas petroleras existentes en este Parque Nacional. En términos generales, la decisión fue justificada debido a los bajos niveles de recaudación de fondos logrados, pues se recaudó solo 13,3 millones de dólares, apenas el 0,37% de lo esperado.

En este contexto, el presidente de la República solicitó a la Asamblea Nacional que declare como prioridad la explotación de los bloques 31 y 43 del Parque Nacional Yasuní. Así, la Asamblea Nacional emitió el 4 de octubre de 2013, una resolución en la que:

1. Declara de interés nacional la explotación de estos bloques, en una extensión no mayor al uno por mil de la superficie actual del parque

bajo condiciones de monitoreo, investigación, administración estatal, observatorios, inversión en el manejo del Parque, procesamiento e industrialización del crudo, derechos de las comunidades e informes periódicos.

2. Excluye la extracción petrolera en la zona intangible donde habitan los Tagaeri-Taromenane.
3. Pide que se garantice que los recursos que se obtengan por la explotación de los Bloques 31 y 43, se destinen a la transformación de la matriz productiva, transformación de la matriz energética, construcción de la sociedad el conocimiento, la atención prioritaria de la Amazonía, la conservación, reducción de emisiones y protección del patrimonio forestal, reservas y áreas protegidas y mitigación de la contaminación en ríos; y la revolución agraria
4. Insta a la Función Ejecutiva presente el proyecto de ley de régimen especial para la Amazonía.
5. Acoge la propuesta de realizar el procesamiento final del crudo extraído fuera del área del PNY y bajo los máximos estándares ambientales
6. Insta a la Función Ejecutiva para que promueva una política regional encaminada a la protección de los pueblos indígenas en aislamiento voluntario y en contacto inicial.

Colectivo “YASunidos”

Con la decisión presidencial de terminar con la iniciativa “Yasuní – ITT”. Las personas y organizaciones que formaban parte de la Campaña “Amazonía por la Vida” deciden formar el colectivo “YASunidos” como una expresión social no partidista, autónoma que acogió a grupos con ideales diversos que, sin embargo, compartían el interés por sostener la iniciativa de dejar bajo tierra el petróleo.

El Colectivo, conformado por diversas organizaciones de ambientalistas, artistas, ciclistas urbanos, entre otros, así como de jóvenes que habían participado individualmente en la Campaña "Amazonía por la Vida", se planteó entonces como meta impulsar un proceso de recolección de 583.324 firmas (5% del registro electoral) hasta abril de 2014 para dar paso a una consulta popular para que sea la población quien decida si está de acuerdo en que se mantenga el petróleo del ITT indefinidamente bajo el suelo. Es importante mencionar, que paralelamente una agrupación llamada "Frente de Defensa de la Amazonía" inició también esfuerzos de recolección de firmas para plantear una consulta popular, sin embargo su pregunta consultaría a la población si estaba de acuerdo con declarar al Ecuador, libre de toda actividad extractiva y en general libre de proyectos que afecten a la *Pacha Mama* y al patrimonio ambiental, tales como proyectos hidrocarburíferos y mineros, entre otros; y posteriormente surgió una tercera iniciativa, "Yasuní Sí", del colectivo "Amazonía Vive", que apoyaba la explotación petrolera, y utilizaba una papeleta muy similar (aunque, en estricto sentido, no se requería una consulta para proceder a la explotación).

En este contexto, si "YASunidos" lograba recolectar el número de firmas mencionado, bajo los parámetros establecidos por el Consejo Nacional Electoral (CNE), la consulta se debía realizar entre Abril y Mayo de 2014.

c. Desarrollo

Actividades *online* y *offline* de "YASunidos"

"YASunidos" inicia sus esfuerzos dando mucha importancia al tema comunicacional. A diferencia de la Campaña "Amazonía por la Vida", "YASunidos" no solo utiliza la página web y el *mailing*, que al momento de conformación del colectivo había crecido a 30.000 suscritos[16], sino que se enfrenta a un ambiente

16 Para referencia es importante mencionar que el diario de mayor tiraje en el Ecuador, El Comercio, reporta un tiraje de 55.000 ejemplares entre semana, 80.000 ejemplares los sábados y 150.000 ejemplares los domingos.

político en el que tiene facilidad de acceso a los medios de comunicación, los cuales muestran interés por las actividades, avance y dificultades que enfrenta el colectivo. Adicionalmente, conscientes del grupo etario que conforma el colectivo, jóvenes de 17 a 30 años, "YASunidos" da gran importancia al trabajo en las redes sociales (Facebook y Twitter) para llegar a los jóvenes en el Ecuador.

A partir del 15 de octubre de 2013, el colectivo "YASunidos" inicia acciones que les permitan recolectar 583.324 firmas en un plazo de 180 días. "YASunidos" emprende esfuerzos de ciber-movilización y ciber-tácticas. Dentro de las primeras, genera campañas visuales para la sensibilización de la ciudadanía, convocatorias a la firma de los formularios y participación en eventos masivos, y denuncia de irregularidades que son difundidas principalmente vía Facebook y Twitter, siendo Facebook la red social en la que cuenta con más seguidores (datos actuales indican que la página de Facebook cuenta con 26.708 seguidores mientras la cuenta de Twitter tiene 12.000 seguidores). Dentro de las segundas, las ciber-tácticas se concentran en la protesta de los ciudadanos a través de la difusión de posts, twits y sobre todo videos en los que el colectivo denuncia oposición que enfrenta en los esfuerzos de recolección de firmas. Es importante mencionar que adicionalmente, el colectivo utilizó también herramientas como Facebook para publicidad, pagando anuncios segmentados a la audiencia de interés de las campañas.

Todas estas actividades *online* se vinculaban con la movilización de la ciudadanía en lo *offline*, concretamente en la firma individual y apoyo en la recolección de firmas de otros utilizando el formulario para pedido de consulta. Los esfuerzos de recolección de firmas se realizaron de manera individual y colectiva. Líderes del colectivo distribuyeron formularios para la recolección de firmas a los jóvenes para que en los espacios laborales y familiares recolecten las firmas, también se realizaron eventos o reuniones en espacios públicos (estadios, centros comerciales, conciertos, parques) en donde se realizó la recolección de firmas.

Conforme avanzó el proceso, existieron grupos que utilizaban los logos de la iniciativa para confundir a los firmantes o recolectar firmas para la pregunta opuesta. Frente a estos sucesos ya momentos en los que enfrentaron violencia en desalojos de espacios públicos, los miembros del colectivo "YASunidos" utilizaron la tecnología celular para filmar lo ocurrido e inmediatamente colgarlo en redes sociales para denunciar lo ocurrido. De acuerdo con los miembros del colectivo entrevistados, los *posts* más virales, es decir, aquellos que se compartieron en mayor número y recibieron mayor atención en redes sociales eran justamente los videos en los que se denunciaban episodios de violencia o suplantación de identidad por parte de otros grupos.

Finalmente, el 12 de abril de 2014, el colectivo "YASunidos" entrega 757.623 firmas al Consejo Nacional Electoral. A partir de ello, las actividades *online* y *offline* continúan conforme se desarrolla el proceso de verificación de firmas durante el cual el colectivo "YASunidos" produce campañas de alerta de posibles irregularidades, continúa llamando a la movilización ciudadana en la forma de denuncia de procesos anómalos y realiza ruedas de prensa y protestas físicas.

En mayo de 2014, el Consejo Nacional Electoral finalmente anuncia solo 599.103 registros pasaron a fase de verificación, y rechaza 230.000 firmas con lo cual no se procede a la convocatoria a consulta popular. A partir de esto, el colectivo continúa con actividades *online* y *offline* para la sensibilización, denuncia y movilización. Por un parte, avanza apelaciones y denuncias en instancias nacionales e internacionales y por otra parte, conforma una agenda amplia de lucha por la conservación ambiental alineada a las prioridades de los grupos y miembros que conforman el colectivo: protección de los pueblos no contactados en el Parque Nacional Yasuní, lucha contra la explotación minera y petrolera en otros territorios y monitoreo de actividades extractivas en el país.

d. Análisis

A continuación se presenta una tabla que resume los principales acontecimientos en la recolección de firmas por parte de "YASunidos" y los datos de crecimiento de seguidores en Twitter:

Cronología de los acontecimientos

Tabla 2. Cronología de acontecimientos relacionados con la recolección de firmas del colectivo "YASunidos"

Fecha	Acontecimiento	Seguidores en Twitter cuenta YASunidos
14 de agosto	Aparece una página en la red social Facebook llamada "No toquen el Yasuní"	
15 de agosto de 2013	Mediante Decreto No. 74 la Presidencia de la República da por terminada la iniciativa Yasuní y pide intervenir con la explotación petrolera en el 1 por ciento de la superficie del Parque Nacional.	0
15 de agosto de 2013	La página "No toquen el Yasuní" en la red social Facebook respalda la decisión de explotación en el Yasuní	
17 de agosto de 2013	Mediante Decreto Ejecutivo 84, se corrige el decreto previo indicando la explotación del uno por mil del Parque Nacional	
18 de agosto de 2013	Nace el colectivo "YASunidos"	
22 de agosto de 2013	"YASunidos" presenta a la Corte Constitucional la pregunta para la que pedirá consulta popular y recaudará firmas	
23 de agosto de 2013	El Presidente Rafael Correa pide declarar de interés nacional la expolotación petrolera de los bloques 31 y 43, dentro del Parque Nacional Yasuní (conforme Art. 407 de la Constitución)	
23 de agosto	El Presidente de la República declara por Twitter: "hay grupos que está politizando el Yasuní-ITT (...) y manipulan a los jóvenes"	

27 de agosto de 2013	Manifestaciones en defensa del Yasuní (se denuncia represión policial)	Creación de la cuenta (29 de agosto de 2013)
28 de agosto de 2013	El Secretario Jurídico de la Presidencia, propuso una regulación de las redes sociales en caso de que se presenten delitos de injuria o calumnia.	
13 de septiembre 2013	33 alcaldes amazónicos ("Frente de Defensa Total de la Amazonía FDTA") plantean a la Corte Constitucional una consulta con una pregunta para apoyar la explotación en el Yasuní	314
17 de septiembre de 2013	La Asamblea Nacional revisa el informe para el primer debate sobre la declaratoria de interés nacional del a explotación del ITT	442
20 de septiembre de 2013	La Asamblea Nacional inicia el segundo debate sobre la declaratoria de interés nacional de la explotación del ITT	
25 de septiembre de 2013	El colectivo solicita a la Corte Constitucional los formularios para recolección de firmas frente a silencio administrativo	
3 de octubre de 2013	La Asamblea Nacional con 108 votos a favor se declara de interés nacional la explotación en el Parque Nacional Yasuní en los campos Ishpingo, Tiputini, Tambococha con 18 recomendaciones al Ejecutivo para la explotación	1041
8 de octubre de 2013	El Consejo Nacional Electoral autoriza la entrega de formularios al "Frente de Defensa Total de la Amazonía "	1218
14 de octubre de 2013	El Consejo Nacional Electoral realiza capacitación a 50 miembros de "YASunidos".	
15 octubre de 2013	El Consejo Nacional Electoral entrega a "YASunidos" los formularios y comienza el plazo de 180 días para la recolección de firmas.	1353

30 de noviembre de 2013	Durante el enlace sabatino el Presidente Rafael Correa menciona a los miembros del colectivo "YASunidos" por haber participado en la marcha de mujeres amazónicas y respaldado su protesta. Se anuncia el cierre de Fundación Pachamama*.	1957
4 de diciembre 2013	Diario El Telégrafo publica una serie de artículos que alegan violencia de los miembros del colectivo	
5 de marzo de 2014	El colectivo convoca a una rueda de prensa en la que presenta 60.000 formularios con cerca de 480.000 firmas	3037
8 de marzo de 2014	El formulario de "YASunidos" es publicado en El Comercio.	
12 de marzo de 2014	Otros colectivos empiezan a utilizar los logos y gráficas de "YASunidos" para recolectar firmas a favor de la explotación en el Parque Nacional.	
13 de marzo de 2014	El colectivo convoca a una rueda de prensa para denunciar acoso y persecución de sus miembros.	
12 de abril de 2014	El colectivo entrega 757.623 firmas al Consejo Nacional Electoral.	5308
16 de abril de 2014	"YASunidos" denuncia que el Consejo Nacional Electoral no ha realizado la apertura de cajas en presencia de miembros del colectivo	
17 de abril de 2014	Inicia el proceso de validación de firmas y formularios sin presencia de miembros del colectivo en un recinto militar	
21 de abril de 2014	Se reúnen miembros de "YASunidos" y el Consejo Nacional Electoral para superar dificultades y llegan a acuerdos	
30 de abril de 2014	El colectivo denuncia irregularidades e informa que no avalará el proceso al considerarlo fraudulento	6666

* A finales del 2013, el Ministerio de Ambiente de Ecuador, disuelve mediante Acuerdo Ministerial No. 125 de 4 de diciembre de 2013, a la Fundación Pachamama, aplicando el Decreto Ejecutivo 16, que faculta la disolución de organizaciones de la sociedad civil por cometer acciones de injerencia a políticas públicas y acciones contra la seguridad interna del Estado y la paz pública, en relación a una protesta realizada en la XI Ronda Petrolera del Sur Oriente en la que se denuncian actos violentos.

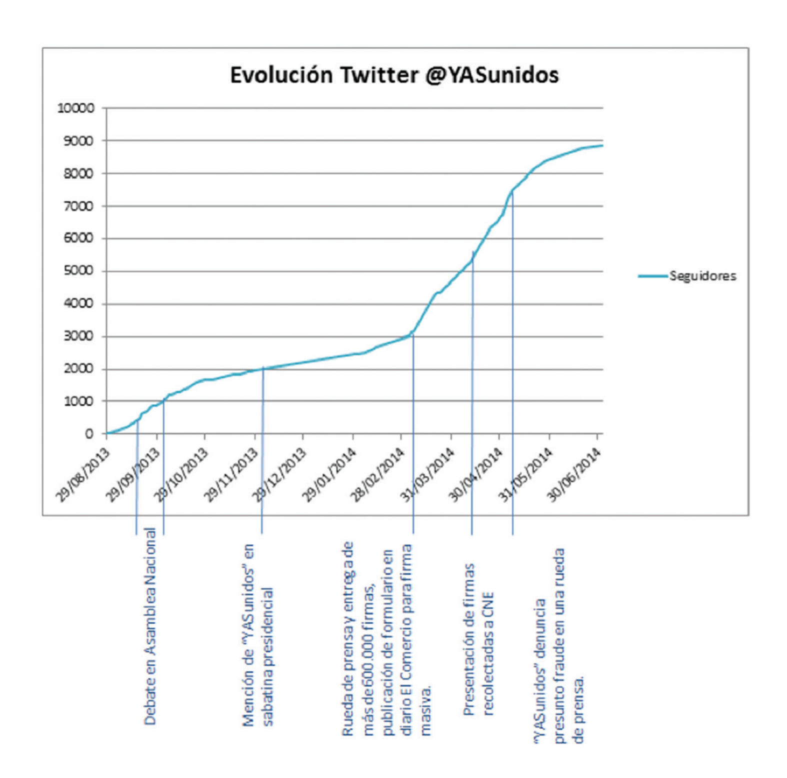
1 de mayo de 2014	Comienza la verificación de firmas, los sellos se rompen sin la aprobación o supervisión de miembros del colectivo.	6727
3 de mayo de 2014	El Consejo Nacional Electoral emite un boletín de prensa que anuncia que 50.000 firmas estarían en duda y pasarían a la etapa de verificación de grafólogos	
6 de mayo de 2014	El Consejo Nacional Electoral en rueda de prensa anuncia que de los 599.103 registros que pasaron a fase de verificación, 230.000 fueron rechazados.	
9 de mayo de 2014	"YASunidos" denuncia presunto fraude en una rueda de prensa.	
14 de mayo de 2014	"YASunidos" entrega apelación al Consejo Nacional electoral	
29 de mayo de 2014	Académicos de la Escuela Politécnica Nacional y de la Universidad Andina Simón bolívar presentan análisis estadístico que indicaría el colectivo sí tendría las firmas necesarias.	
13 de junio de 2014	El Consejo Nacional Electoral contesta apelación aceptando 10 mil de las casi 500 mil firmas impugnadas.	
18 de junio de 2014	El colectivo realiza una rueda de prensa en la que denuncia intento de engaño del presidente del Consejo Nacional Electoral por los plazos de apelación y presenta una apelación al Tribunal Contencioso Electoral.	
27 de junio de 2014	El Tribunal Contencioso Electoral niega la apelación del colectivo por estar fuera de plazo	
9 de julio de 2014	El colectivo anuncia que acudirá a instancias internacionales y no apelará ante la Corte Constitucional por falta de independencia.	

Nota. Fuente: www.yasunidos.org, Twittercounter , Colectivo de Investigación y Acción Psicosocial (2015)
Elaborado por: Los autores.

Al dar seguimiento al proceso de recolección de firmas y cruzar lo *online*, la evolución de seguidores en Twitter, con los acontecimientos *offline*, se pueden ver momentos clave en los que los acontecimientos *offline* van acompañados de un incremento de seguidores (ver gráfico a continuación). Sin embargo, acá también se puede notar que el proceso de recolección de firmas avanza con relativamente pocos seguidores en lo *online*, en términos de seguidores en Twitter (3.000 seguidores al momento de la rueda de prensa en la que se presentan ya 600.000 firmas recolectadas). No obstante, en las semanas finales de recolección de firmas, paralelamente a la rueda de prensa y de la publicación del formulario en un diario reconocido, los seguidores en Twitter crecen de manera importante[17].

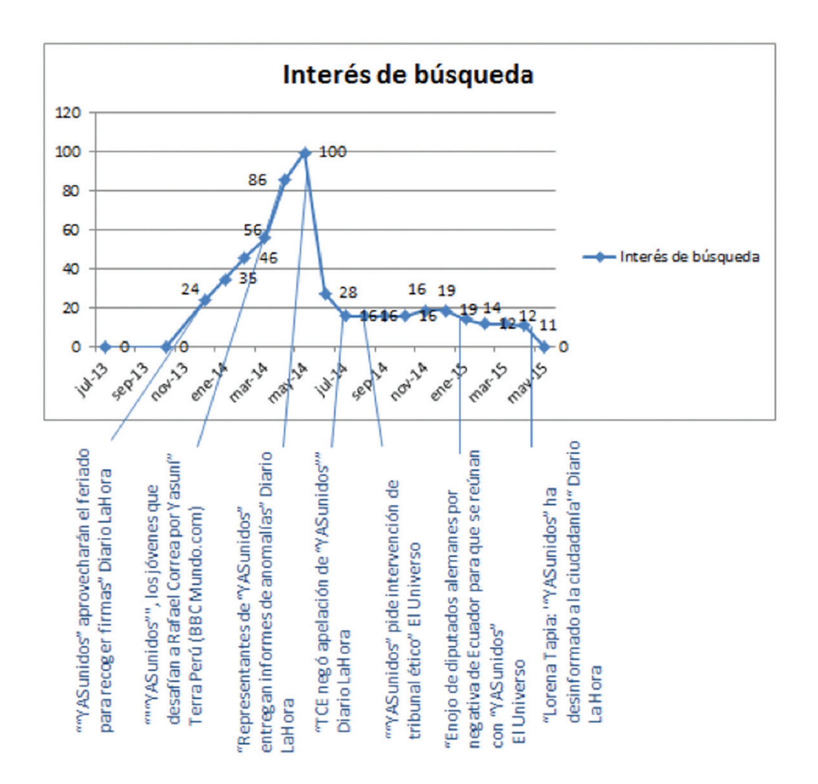
También es importante notar que conforme se desarrolla el proceso de calificación de firmas y las denuncias consiguientes por parte de "YASunidos" a través de las redes sociales y medios tradicionales, la cantidad de seguidores en Twitter continúa creciendo.

17 Sólo fue posible acceder a los datos analíticos de seguidores en Twitter y no en Facebook.



Nota. Fuente: www.yasunidos.org, Twittercounter
Elaborado por: Los autores.

Por otra parte, al vincular las búsquedas en Google con las noticias destacadas en el buscador se tiene que el mayor interés de búsqueda se registra con la noticia de la entrega por parte de "YASunidos" de un informe de anomalías en el proceso de calificación de las firmas. Estos datos confirman lo reportado por los miembros del colectivo respecto a que el mayor interés y difusión de información se daba en los momentos en los que "YASunidos" reportaban irregularidades y utilizaban las redes sociales para hacer denuncias.



Nota. Las cifras representan los intereses de búsqueda relativos al punto más alto del gráfico. Si el máximo de las búsquedas para la región y el intervalo de tiempo determinados fueran para “pizza”, con un 10%, lo consideraríamos un 100. Estas cifras no ofrecen volúmenes de búsquedas absolutos. Más información Los números del gráfico reflejan la cantidad de búsquedas que se han realizado de un término específico en relación con el número de búsquedas totales realizadas en Google a lo largo del tiempo. No representan cifras de volumen de búsquedas absolutas, porque los datos están normalizados y se presentan en una escala de 0 a 100. Cada punto del gráfico se divide entre el valor del punto más alto y se multiplica por 100. Si no disponemos de datos suficientes, se mostrará el valor 0. Fuente: Googletrends

Elaborado por: Los autores.

e. Conclusiones

Para el caso de “YASunidos” y sus esfuerzos de recolección de firmas para aprobación de una consulta popular, el ciber-activismo abarcó ciber-mo-

vilización y ciber-tácticas, no así un ciber-movimiento. Esto se debe principalmente a que las condiciones, en las que la recolección de firmas debía ser física, no permitían la generación de un movimiento que se quedara solamente en lo *online*, probablemente en otras sociedades procesos de recaudación de fondos o de recolección de firmas pueden llevarse enteramente *online*. Sin embargo, no se puede desconocer el diferente valor simbólico que tiene el acto de firma física de una petición frente al *click* de apoyo o firma digital a una petición *online* en la que no existe una interacción cara a cara entre dos o más personas y en la que la persona se siente distanciada y desconectada de quien lidera la petición.

Ciber-movilización
Campañas de sensibilización
Convocatorias a eventos online
Denuncia de irregularidades

Ciber-tácticas
Invitación a la protesta compartiendo las denuncias
Publicidad

Ciber-movimiento
No se dió debido a que por regulación la recolección de firmas no podía realizarse online

Elaborado por: Los autores.

Por otra parte, es difícil atribuir únicamente a lo *online* el éxito en la recolección de firmas logradas por "YASunidos". Este es un colectivo que tenía un capital social acumulado, nace a partir de la campaña "Amazonía por la Vida", con lo cual inició actividades con una base de contactos de 30.000 personas, que implica un alcance de poco más de la mitad del tiraje del periódico con mayor circulación en Ecuador (en su tiraje en días de semana). Por otra parte, la iniciativa construyó a partir del trabajo previo realizado bajo la campaña "Amazonía por la Vida" que ya realizó actividades relacionadas con la protección del Parque Nacional Yasuní y de la difusión de la iniciativa "Yasuní – ITT" realizada por el propio gobierno nacional. Por ello, para "YASunidos" no fue necesario realizar

un posicionamiento inicial de la importancia de la conservación del Parque Nacional.

Por ello, y de acuerdo con el análisis de crecimiento de seguidores en Twitter y con reflexiones de los miembros de "YASunidos" las redes sociales fueron un apoyo para la difusión de sus iniciativas, convocatorias a eventos de recolección de firmas, pero sobre todo espacios para la denuncia de irregularidades tanto en el proceso de recolección de las firmas como en el proceso de verificación de las mismas por parte de la autoridad competente. Las más de 700.000 firmas recolectadas se lograron con importantes esfuerzos *offline* logrados mediante la movilización *online*, pero también logrados debido a un contexto político en el que varios sectores de la sociedad acumulaban descontento frente al gobierno nacional y encontraron en la firma del formulario una forma de expresarlo.

Es importante destacar la capacidad del colectivo "YASunidos" por romper con una tradicional distancia de las organizaciones y movimientos sociales con la tecnología y la publicidad. En esta experiencia, el colectivo no solo priorizó el uso de las redes sociales sino también aprovechó los espacios de publicidad en ellas y se adecuó a la inmediatez que se vive en este medio, reportando rápidamente sobre los distintos sucesos, especialmente denuncias de irregularidad. "YASunidos" además entendió rápidamente la dinámica del uso de redes sociales en el Ecuador, en donde Facebook lidera con 91,07% los sitios de redes más utilizados en el Ecuador mientras Twitter le sigue con 4,58% (StatCounter, 2015), y concentró sus esfuerzos *online* en esta red social.

Por otra parte también, la iniciativa de "YASunidos" se destaca por ser una experiencia de movilización *online* y *offline* que se enmarca en procesos democráticos, en concreto en el cumplimiento del requisito de la autoridad electoral para dar paso a una consulta popular. A diferencia de movilizaciones en el pasado que se generaban con el objetivo de sacar a un gobierno del poder.

Es interesante además mencionar que el caso de "YASunidos" trae también a la luz una movilización *online* y *offline* que se da por parte de autoridades

del gobierno nacional y otros actores para contrarrestar los esfuerzos del colectivo. Se detectan en lo *online* y *offline,* las siguientes actividades:

- La aparición de la página "No toquen al Yasuní" un día antes de la declaración presidencial en la que se informa sobre la decisión de explotar los pozos petroleros en el Parque Nacional. Estrategia conocida como *astroturfing* (Quaglia, 2014) que hace referencia a una técnica de propaganda o publicidad en la que se hace pasar un mensaje por una expresión masiva y espontánea ocultando al emisor original, como estrategia *online* para manipular una tendencia social.
- *Twits* del Presidente de la República y funcionarios del gobierno nacional en contra de grupos "politizando" la decisión de explotación petrolera
- La propuesta del Secretario Jurídico de la Presidencia de regular las redes sociales frente a delitos de injuria o calumnia.
- La aparición de grupos a favor de la explotación petrolera que inician esfuerzos de recolección de firmas para una consulta popular con una pregunta completamente opuesta a la planteada por "YASunidos" e incorporan imágenes del colectivo en los formularios, con lo cual generan confusión en los ciudadanos.
- La denuncia de la existencia de *Troll Centers* del gobierno nacional, es decir equipos pagados para en redes sociales de Facebook y Twitter para contrarrestar, emitir opiniones contrarias y postear repetidamente bajo una etiqueta para posicionar una discusión entre los *trending topics* (Diario LaHora, 2014; El Comercio, 2012).

Finalmente, miembros de "YASunidos" rescatan una serie de lecciones alrededor de la experiencia del colectivo:

- La iniciativa "Yasuní - ITT" probablemente podría haber tenido un respaldo mayor a nivel mundial si se iniciaban esfuerzos de ciber-tácti-

cas, en los que vía *online* se recaudaban fondos individuales en lugar de apelar a los aportes de gobierno. Probablemente no se hubiera logrado recaudar la totalidad de fondos pero se hubiera generado un respaldo que blindaba la iniciativa hasta cierto nivel.

- Así también, un proceso *online* de recolección de firmas a nivel mundial, paralelo a la recolección de firmas física de ciudadanos ecuatorianos podría haber traído atención internacional y respaldo a los esfuerzos del colectivo, sin reemplazar la recolección física de firmas.
- Respecto al manejo de redes sociales, manejar una agenda más amplia de prioridades le permite en la actualidad al colectivo "YASunidos" alcanzar audiencias más amplias.
- El éxito de la recolección de firmas se debe en gran medida a lo *offline* más que a lo *online*. Lo *online* se constituyó en un respaldo a las actividades realizadas por los miembros de colectivo y permitió la conformación de un espacio para la denuncia de irregularidades que permitía captar la atención de ciudadanos y medios de comunicación tradicionales.
- La iniciativa de recolección de firmas contó con una coyuntura favorable en cuanto a la apertura e interés de los medios de comunicación de cubrir noticias relacionadas con los esfuerzos de "YASunidos". En otros momentos, iniciativas similares enfrentan grandes dificultades por acceder a los medios tradicionales y dar a conocer sus esfuerzos.

3. Algunas reflexiones finales

Basado en el análisis de los estudios de caso se comparten algunas reflexiones sobre la relación entre los espacios *online* y los *offline* en la realidad ecuatoriana que servirán para generar las conclusiones preliminares y recomendaciones que se presentan a continuación.

a. La auto-comunicación de las masas

El reciente informe de Barómetro de Confianza 2014 que en América Latina incluyó una muestra de Argentina, Brasil y México, revela que en el 80% de estos países la ciudadanía confían menos en los medios de comunicación que con respecto al 2013. Los datos muestran una baja de alrededor de ocho puntos porcentuales en el índice de confianza, informa Andes (2014)[18]. El estudio muestra que en niveles de confianza, los medios de comunicación se encuentran por debajo de los negocios y las organizaciones no gubernamentales (ONG). En contraste, los niveles de confianza en los medios de comunicación digitales aumentaron.

Adicionalmente, los datos publicados por el Barómetro de Confianza 2014, revelaron que la ciudadanía confía más en medios digitales y redes sociales que en la prensa, radio o televisión, tendencia que se manifiesta desde 2006. Y, también de acuerdo a datos del Barómetro de Confianza (2014), un 60% de la población de los países de América Latina que participaron en el estudio confía en redes sociales. "En las redes sociales se puede, por ejemplo, exigir cuentas a un político, a un gobierno. Da la posibilidad de un activismo digital que le da al ciudadano un poder de reclamar, de exigir a las marcas, servicios".

Esto no es diferente en el caso de Ecuador. De acuerdo a una investigación realizada en la Escuela de Periodismo de la Universidad Dos Hemisferios, en promedio, menos de la mitad de la población de los encuestados considera que la información que ofrecen los medios de comunicación es casi siempre o siempre clara, veraz, confiable e imparcial (Dávalos, 2010).

La difusión del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han permitido la emergencia de lo que Castells (2010) denominó la "auto-comunicación de las masas" que es un proceso en el que se eliminan los intermediarios tradicionales, los medios de comunicación masivos, los que se reemplazados por los usuarios o receptores que a su vez

18 http://www.andes.info.ec/es/noticias/medios-comunicacion-digital-tienen-mas-confianza-tradicionales-segun-estudio.htm/

se convierte en emisor gracias al poderoso sistema de intercambio que permite la red.

Este fenómeno se vuelve particularmente relevante en un país como Ecuador donde existe baja credibilidad en los medios de comunicación masiva que incentivan a la búsqueda de fuentes de información no tradicionales. La auto-comunicación de las masas hace realidad el pronóstico realizado por Toffler en la década de los 70s cuando anticipaba que las tecnologías iban a permitir que los consumidores se conviertan también en los productores, "prosumers" como los denominó Toffler (1980).

El fenómeno de autocomunicación de las masas se evidenció de forma tangible en el caso del 30 de Septiembre donde, al haberse decretado la cadena de radio y televisión indefinida y obligatoria que, en la práctica, significaba el cese de los medio de comunicación dejando como fuente de información a aquellas fuentes provenientes del gobierno, la ciudadanía opto por convertirse en emisor y receptor de los acontecimientos que iban ocurriendo ese día.

Ahora bien, Castells hace bien al entender que masas en una noción que debemos comprender en plural y no en singular. Y es que el caso del 30-S también evidencia que se organizaron varios grupos, clústeres de ciudadanos ideológicamente cohesionados, que se alimentan a sí mismos existiendo muy poca evidencia de "polinización cruzada" entre ellos lo cual refleja la fragmentación existente en la esfera pública "real".

Es importante destacar también que, con todo el potencial democratizador y desintermediador que tienen los espacios virtuales, no toda la población tiene la posibilidad de participar, sea por la todavía importante brecha digital existente en Ecuador de acceso a la infraestructura (acceso a un computador o un teléfono celular inteligente) cuando al canal de comunicación debido a los todavía altos costos del acceso al Internet existente en Ecuador.

Por ello, se vuelve clave aprovechar un aspecto positivo de la nueva ley de comunicación en Ecuador donde se institucionaliza el objetivo de contar con un tercio de los medios de comunicación comunitarios. Este podría ser una es-

trategia concreta para posibilitar una autocomunicación de las masas con más herramientas para darse de forma más potente y democrática. Así se podría una acción más organizada, consecuente y permanente de nuevas experiencias periodísticas y comunicacionales en el campo de la sociedad civil, que trabajen de manera independiente y autónoma para ocupar las redes sociales con contenidos más ciudadanos.

b. El Leviatán digital

No todos los actores que participan en la esfera pública tienen, sin embargo, el mismo poder al momento de participar en la deliberación pública. Entre enero 2005 y marzo del 2006, el Estado Ecuatoriano a través del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos difundió un índice de inflación que no correspondía con el real debido a una falla en el recientemente incorporado *software* utilizado para realizar estos cálculos. Carrillo & Emran (2009) estudiaron este "experimento natural" analizando el efecto que tuvo esta información en los hogares y determinó que las familias tomaron sus decisiones de consumo, ahorro e inversión basados en la información que recibieron del Estado aunque esta no sea coherente con la evolución de precios que era posible evidenciar en su cotidianidad. Los autores del estudio constatan así la significativa capacidad del Estado de moldear los imaginarios, de modificar las preferencias y guiar los comportamientos de la ciudadanía.

Esta capacidad para modular la realidad se hace aún más potente en la era digital. El Gobierno Ecuatoriano ha establecido una estrategia de comunicación tanto a través de medios públicos como de redes sociales que supera con creces lo que había ocurrido en el pasado.

Los tres casos evidencian la importante presencia del Estado en la esfera pública virtual. Una expresión tangible del nivel de utilización de estas herramientas se aprecia en el caso del 30-S donde se documenta la expedición del

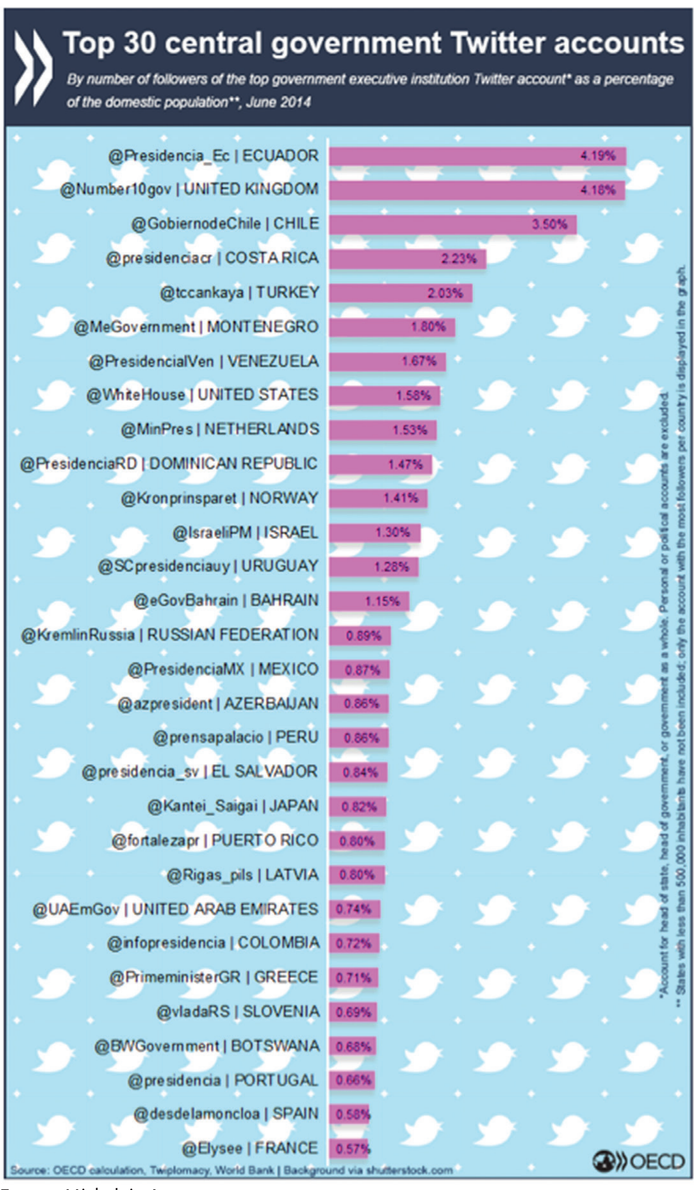
Decreto Ejecutivo No 488 el mismo que el Presidente firmó electrónicamente, en el que se establecía el Estado de Excepción. Esta decisión difundida a través de las redes sociales otorgó a la Secretaría de Comunicación la facultad para extinguir, por unas horas, la presencia de los medios de comunicación y asumir una suerte de monopolio de la comunicación en un momento tan sensible para la democracia ecuatoriana.

En el caso del Colectivo "Quito, YO me apunto" el Estado participó tanto a través de algunos funcionarios públicos, tanto del Gobierno Central como del Gobierno de la Ciudad de Quito, que publicaban opiniones sobre los temas debatidos, como a través de presuntos "trolls" que, de acuerdo a la opinión de algunos integrantes del Colectivo, aparecían cuando se debatían temas sensibles para la administración local con el objetivo de dificultar el diálogo.

Esto evidencia que los Gobiernos están siendo testigos del poder de las redes sociales para potenciar la capacidad de individuos y grupos para influir la agenda pública y el proceso de formación de las políticas públicas y, en definitiva, como un poderoso medio para organizar acción colectiva.

Un estudio de la OECD analiza el uso de las redes sociales de instituciones de gobierno de 34 países, entre ellos Ecuador, las estrategias más utilizadas y los resultados más visibles de su presencia en el mundo virtual (Mickoleit, 2014). El estudio constata el incremento del uso del Internet y las redes sociales del Gobierno del Ecuador. Tal como se muestra en el gráfico 7, la cuenta de Twitter de la Presidencia de la República tiene, al 2014, 659.099 seguidores que representan el 4,2% de la población total, la cuarta cuenta más seguida de entre los 34 países donde se incluyen siete países que participaron en el estudio. Según el estudio realizado por este autor, la Presidencia envía 18,2 Tuits por día, lo cual es superior a la media de los países analizados.

Gráfico 7: Comparación del número de seguidores de las instituciones públicas con mayor presencia en las redes sociales



Fuente: Mickoleit, A. 2014

Es importante destacar que en Ecuador, como en varios de los otros países de la muestra, sus autoridades tienen más seguidores que las instituciones que representan. Así, en el caso de la cuenta del Presidente de la República @ MashiRafael, en Twitter tiene seguidores que equivalen al 10,1% de la población ecuatoriana que es más del doble de los seguidores de la Presidencia de la República.

Al parecer los Gobiernos, sus instituciones y autoridades también buscan la desintermediación comunicacional que analizábamos en el apartado anterior buscando una conexión más directa con la ciudadanía. Pese a que no ha sido posible encontrar estadísticas sobre los Tuits enviados desde la ciudadanía a la Presidencia de la República anecdóticamente es posible constatar que pedidos, reclamos y propuestas son canalizadas por este medio lo cual podría reflejar una democracia intermediada por las instituciones tradicionalmente responsables de cumplir estas funciones entre las cuales se incluyen los partidos políticos, las propias instituciones públicas e incluso las ONG.

El Gobierno también participa en el mundo virtual a través de los portales electrónicos. Así el portal de la Presidencia de la República (www.presidencia.gob.ec) está lleno de contenido multimedia, así como de hipervínculos que facilitan que el visitante acceda a otros portales asociados, como aquellos de los medios públicos, así como al video de la sabatina, que es la aparición que realiza el Presidente cada sábado para informar sobre su gestión durante la semana.

Este no es, sin embargo, el único portal promovido por la Presidencia de la República. Se encuentra también el portal www.somosmas.ec que se define como una "comunidad de apoyo a la Revolución Ciudadana", el movimiento político fundado por el Presidente de la República. Este portal ha servido para recibir alertas de mensajes con críticas al Gobierno Nacional y para promover una acción colectiva de defensa tanto de la administración gubernamental como del partido de gobierno.

El Gobierno Nacional ha expresado varias veces su derecho a defenderse de supuestas difamaciones que desinforman y podrían afectar el buen nom-

bre y la honra de autoridades y funcionarios públicas. Reconociendo la importancia de la garantía del derecho a la honra que tiene cada persona, es también importante destacar que no todos los actores tienen el mismo peso relativo en la esfera pública puesto que las autoridades, por su nivel de exposición pública, deben tener una mayor apertura a la crítica que un ciudadano que no ejerce esas funciones.

El poder dentro de un régimen democrático debe ser manejado con responsabilidad. Y ahora que el poder parece haberse expandido al entrar en contacto con el mundo virtual se requiere aún más prodencia por parte rde quienes en el Estado, por contar con mayores recursos políticos, económicos y simbólicos, tienen más mayor presencia en la esfera pública.

c. El nuevo ágora, ¿es digital?

La creciente complejidad de la vida moderna hace cada vez más difícil que los ciudadanos cuenten con el tiempo y otros recursos que les permitan participar en estrategias *offline* para incidir en la agenda pública. Desde esa perspectiva, las nuevas tecnológicas de la comunicación llegan con la promesa de abrir un espacio que posibilita la participación *online* sobre los temas de interés público.

Uno de los fundadores del Colectivo "Quito, YO me apunto" reflexionaba que uno de los factores que explicaba el éxito del espacio virtual generando participación y posicionando temas tanto en la agenda pública, como en la agenda de políticas del Municipio de Quito, se relaciona con la posibilidad que las personas puedan seguir con su vida cotidiana, es decir ir al trabajo, compartir con su familia y, al final del día, prender su computador y dedicar un tiempo a compartir con otros opiniones sobre los problemas de la ciudad, así como posibles soluciones[19].

19 Entrevista con Mauricio Alvarado Dávila, historiador quiteño y ciberactivista

Se han documentado experiencias como Avaaz, una comunidad de más de 40 millones de personas, que han movilizado apoyo a causas tan diversas como salvar la Amazonía, limpiar la FIFA o reducir las tareas escolares a los niños mediante la recolección de millones de firmas a velocidades y diversidades que serían prácticamente imposibles utilizando estrategias *offline*.

Esto apuntaría a una virtualidad que se expande en respuesta a las limitaciones de la especialización del trabajo y la proporción del tiempo que la modernidad ha hecho necesario asignar a actividades valoradas por el mercado. En esta línea se podrían plantear como hipótesis que la nueva "Ágora", recordando ese espacio donde los ciudadanos de la Antigua Grecia se reunían a debatir y decidir los asuntos de la *polis* será cada vez más virtual.

Sin embargo, tanto el caso de Yasunidos como el del Colectivo "Quito, YO me apunto" evidenciaron que lo *online* no es suficiente para lograr posicionar temas en la agenda pública, ni para lograr la generación de una masa crítica de ciudadanos que coincidan en la necesidad ni, menos aún, para lograr que se conviertan en políticas públicas a las cuales se comprometan los gobiernos buscando resolver los desafíos planteados en la sociedad.

En el caso de Yasunidos, los espacios *offline* fueron de gran utilidad para difundir información sobre los impactos de las decisiones gubernamentales sobre los pueblos indígenas y la biodiversidad existente en esa Reserva Natural y, por tanto, generar apoyo a la propuesta de convocar a un referéndum que impida la extracción del petróleo existente en esta área. Sin embargo, el éxito del proceso recolectando más de 600.000 firmas de ciudadanos de diversas provincias del Ecuador no se pudo haber logrado sin espacios *offline* organizados en parques y plazas que le dieron textura a la virtualidad generando así los resultados obtenidos.

En el Colectivo "Quito, YO me apunto" ocurrió algo similar. Como se describía en el estudio de caso, sus integrantes decidieron, a las pocas semanas, convocarse a reuniones presenciales para "generar la confianza que sólo el resulta posible al conocerse personalmente". Desde esta perspectiva, se podría

proponer como conclusión preliminar que aunque una parte importante del Ágora ocurre en la virtualidad, esta no puede prescindir de la presencial donde se hace posible el intercambio no sólo de ideas sino de las acciones que requiere cambiar la realidad. Los estudios de caso parecen sugerir que existe más bien la complementariedad *online – offline* que permitido la emergencia de una nueva Ágora enriquecida por las múltiples posibilidades que genera la combinación digital – presencial donde los ciudadanos pueden combinar ambas dimensiones para enriquecer la deliberación pública y, en definitiva, construir una esfera pública más dinámica, plural y vibrante donde más actores tienen la posibilidad de aportar para construir lo público de una forma más participativa y democrática.

La evidencia relevada en este estudio permite plantear, sin embargo, una hipótesis alternativa. Los casos analizados también generan evidencia que sugieren que los espacios de participación *online* no sólo que requieren espacios *offline* sino que proponen algo más radical: la expansión de los espacios virtuales como posibilidad de participación podría estar reduciendo en lugar de ampliar el tamaño y el dinamismo del Ágora. Las dos personas vinculadas con el Colectivo "Quito, YO me apunto" entrevistadas coincidían en que muchos ciudadanos que participaron en movilizaciones ocurridas en tiempos donde el espacio *online* estaba menos presente, ahora no forman parte de esas expresiones *offline* de la vida cívica, porque al compartir una opinión o propuesta a través del muro de Facebook o el Twitter, sienten que ya han participado.

En el caso del "30 de Septiembre" se aprecia que, el llamado del Gobierno de salir a las calles a defender al régimen no generó presencia en las calles sino en el espacio virtual donde circularon miles de opiniones que no lograron reflejarse en espacios *offline* que permitan niveles de deliberación sobre la compleja crisis política que vivió el Ecuador esos días.

Esto no parece ser un fenómeno visto sólo en Ecuador. En el estudio "*The Structure of Online Activism*" que analizó la Campaña Virtual "Save Darfur" encuentra que menos del 1% de los cerca de 1.2 millones de personas que sus-

cribieron digitalmente la campaña no realizaron alguna acción adicional que refleje compromiso real con dicha causa (donaciones, comunicaciones a tomadores de decisión, por mencionar algunas de las descritas por los investigadores). La conclusión de los autores es que el activismo digital "crea la ilusión de participación inhibiendo, en lugar de facilitar, participación relevante para lograr cambios reales" Lewis, Gray, and Meierhenrich, (2014).

En la misma línea, como se recordaba en el caso del 30S, Bauman (2012) recordaba que el Internet generan un efecto de "saturación" de la esfera pública con e-comentarios, múltiples pero superficiales, que reducen los espacios para un debate de mayor profundidad, empobreciendo, por tanto, en lugar de enriquecer la calidad y pluralidad de la deliberación pública. Adicionalmente, a diferencia de los espacios *offline* donde es más difícil filtrar las opiniones de los otros, la red nos permite la posibilidad de elegir con quien dialogamos y por tanto podría reducir nuestra exposición a opiniones diferentes.

De allí que este autor plantea que el Internet, la virtualidad deteriora nuestra capacidad de escuchar y de la facultad de comprender, que llevan al empobrecimiento de la capacidad de dialogar, de navegar en la diversidad, de conocer argumentos distintos, de permitir que influyan en los nuestros, para así ir construyendo sociedades, no sólo más democráticas, sino más capaces de depurar las verdades que la gobiernan.

Contribuye o perjudica, entonces, la virtualidad a la pluralidad e intensidad de la participación y a la calidad de la deliberación pública? Los casos analizados en el Ecuador generan evidencia que la virtualidad es un medio, un poderoso medio, para difundir información y propiciar el interés en participar. La evidencia señala que las estrategias *online* suelen llegar a grupos de población más jóvenes y de mayores ingresos con lo cual contribuye con el incremento de la profundización de la participación de determinados grupos, no de toda la sociedad.

Su impacto en la calidad de la deliberación pública es más ambiguo. Experiencias como las de "Quito, YO me apunto" dan cuenta del impacto de un

espacio virtual para intercambiar ideas y generar propuestas orientadas a contribuir con el desarrollo de la ciudad. En las iniciativas “Yasunidos” y “30-S” las redes sociales y, en general, la virtualidad, facilitó la difusión de información, más no existe evidencia que hubo algún proceso de debate de ideas, ni de análisis que permita contribuir con la generación de inteligencia colectiva. Lo que queda claro en los tres casos es que lo *online* interactúo algunas veces de forma planificada y otras impredecible con lo *offline* generado efectos combinados que ninguna de las dos dimensiones podría lograr por si sola.

A manera de reflexión final, la evidencia generada en este estudio nos permite concluir que quizás debamos analizar lo *online-offline* no como dos mundos separados sino como espacios que se interconectan de forma permanente y compleja. Reconocer que el poder está tanto en las redes, como en las calles y las plazas, aunque se exprese de forma distinta en cada una de ellas.

El desafío quizás es aceptar que tanto lo *online-offline* modifican la estructura social y las relaciones sociales, cada una con dinámicas que son, al mismo tiempo, autónomas e interconectadas. El análisis del caso de Ecuador nos sugiere que cuando los espacios *offline* se reducen, se expande lo *online* y viceversa conformando juntos interacciones que se complementan sinérgicamente.

Una visión más integral de lo *offline* y *online* nos permitirá entender que ha emergido una esfera pública donde la ciudadanía cuenta con nuevos espacios, estrategias y mecanismos para participar en la construcción de su presente y su futuro.

4. Bibliografía y fuentes citadas

Acuerdo Ministerial No. 322, Registro Oficial No 69. Quito, 20 de noviembre de 1979.

Acuerdo Ministerial No. 350, Quito, 4 de diciembre de 2013. Recuperado en: http://www.ministeriointerior.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/12/acuerdo_ministerio_ambiente.pdf

Albornoz, B., & Rosales, R. (2012). Periodismo Ciudadano y Twitter El caso del 30-S ecuatoriano. Versión Estudios de Comunicación y Política, 91-101.

Asamblea Nacional. (6 de Octubre de 2010). Ley Orgánica de Servicio Publico - LOSEP. Quito, Ecuador: Registro Oficial 294.

Bass, M.S., Finer, M., Jenkins, C.N., Kreft, H, Cisneros-Heredia, D.F., et al. (2010). Importancia de la Conservación Global del Parque Nacional Yasuní. PLoSONE 5 (1).

Bellettini, O, 2013. Sociedad civil y bienes públicos. Documentos de Trabajo. No. 3. Grupo FARO, Quito, 43 p.

Carrillo, Paul E. and Shahe Emran, M., Public Information and Household Expectations in Developing Countries: Evidence from a Natural Experiment (April 24, 2009). Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=1394500 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1394500

Castells, M (2010). Comunicación y poder. Alianza Editorial, Madrid, España.

Castells, M. (2006). La Sociedad Red: Una Visión Global. Madrid: Alianza Editorial, Madrid, España.

Cervantes, B. (21 de Enero de 2013). Trece años del golpe de estado y Caída de Mahuad. PP El Verdadero.

Constante, S. (2015, Junio 25). Ecuador ha sancionado casi 200 medios en dos años. ElPaís. Recuperado en: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/06/24/actualidad/1435177369_550550.html

Colectivo de Investigación y Acción Psicosocial (2015). Estrategias de represión y control social del Estado ecuatoriano. Informe psicosocial en el caso Yasunidos. Recuperado en: https://accionpsicosocial.files.wordpress.com/2015/01/informe-psicosocial-en-el-caso-yasunidos.pdf

Dávalos, I, 2010. La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador:

Reflejo de un periodismo de calidad, Revista, ComHumanitas. Centro de Investigaciones de Comunicación y Opinión Pública (CICOP). Vol. 1. No. 1. Año 1 _Págs.: 173-182

Earl, J. & Kimport, K. (2011) Digitally enabled social change. Boston: Massachusetts Institute of Technology.

Enjolras, B, Steen-Johnsen, K and Wollebæk, D. 2010. How do social media change the conditions for civic and political mobilization?

El Comercio (1 de Marzo de 2012). El supuesto 'troll center' tuvo en su mira a EL COMERCIO. Recuperado en: http://www.elcomercio.com/actualidad/politica/supuesto-troll-center-tuvo-mira.html

El Universo (20 de Mayo de 2015). 46% de la población tiene acceso a internet. Recuperado en: http://www.eluniverso.com/noticias/2015/05/20/nota/4892016/46-poblacion-tiene-acceso-internet

El Universo (4 de Febrero de 2010). 'Es vanidoso arrogarse la idea del Yasuní', Falconí. Recuperado en: http://www.eluniverso.com/2010/02/04/1/1355/es-vanidoso-arrogarse-idea-yasuni-falconi.html

INEC (2013). Ecuador en Cifras: Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) (2013). Recuperado en: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf

Googletrends (2015). Recuperado en: https://www.google.com/trends/explore#q=yasunidos

Izko, X. (2012). La frontera invisible: procesos extractivos, infraestructura y ambiente en la Amazonía ecuatoriana (2010-2030). Quito, Iniciativa para la Conservación en la Amazonía Andina. Recuperado de: http://es.scribd.com/doc/93835695/Informe-Amazonia-Ecuatoriana-Xavier-Izko

La Hora. (13 de Abril de 2014). La trolls generan la autocensura. La Hora, pág. B4.

Proyecto Yasuní ITT (2012). Informe Anual 2012. Recuperado en http://mptf.undp.org/document/download/11427.

Lewis, Kevin, Kurt Gray, and Jens Meierhenrich. 2014. "The Structure of Online Activism." Sociological Science 1: 1-9. DOI: 10.15195/v1.a1

Mickoleit, A. 2014. Social Media Use by Governments: A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers, OECD Working Papers on Public Governance, No. 26. OECD Publishing

Putnam R. 2000. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster;

Peixoto, T. 2008. e-Participatory Budgeting: e-Democracy from theory to success?, University of Zurich.

Quaglia, J. (13 de Enero de 2014). El astroturfing, una nueva forma de mentir. Recuperado en: http://www.huffingtonpost.es/juan-quaglia/el-astroturfing-una-nueva-forma-de-mentir_b_4560165.html

StatCounter (2015). Top 7 desktop, Tablet & console social media sites in Ecuador May 2014, May 2015. Recuperado en: http://gs.statcounter.com/#social_media-EC-monthly-201405-201505-bar

Shulman, S. 2009. "The Case Against Mass E-mails: Perverse Incentives and low Quality Public Participation in U.S. Federal Rulemaking." Policy & Internet 1 (1): 23–53.

Toffler, A. (1980). The third wave. New York: Morrow

Webs y redes consultadas:

www.yasunidos.org

Página "YASunidos" en Facebook

Página "No toquen al Yasuní" en Facebook

Cuenta de Twitter "YASunidos"

Twittercounter (2015) Estadísticas para YASunidos

Comunicadores Asociados - Muchedumbre 30-S. (29 de Septiembre de 2011). www.youtube.com. Obtenido de www.youtube.com/watch?v=AoWRIDUjxwg&list=PLEDE292C19684D569

Coronel, G. (2011). Impacto de Twitter en Ecaudor, Caso 30S. Loja - Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja.

ECUAVISA (Dirección). (2005). La Batalla de Abril [Película].

El Universo. (17 de octubre de 2010). www.eluniverso.com. Recuperado el Marzo de 2015, de http://www.eluniverso.com/2010/10/17/1/1355/seis-horas-pais-recibio-solo-version-oficial.html

Ghosh, P. (13 de Febrero de 2015). El padre de internet predice una "era oscura digital". Obtenido de www.bbc.co.uk: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2015/02/150213_tecnologia_era_oscura_digital_lv

González, E. (2014). Testimonio de un Comandante (Primera ed.). (H. Rodríguez, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: MIRHO.

NTN24. (30 de Septiembre de 2011). www.youtube.com. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=zHyjcpZ5hgQ

Paz y Miño, J. (2011). Insubordinación o Golpe Ecuador: La trama del 30S. Quito, Pichincha, Ecuador: ABYA-YALA.

Programa La Televisión. (19 de Septiembre de 2011). www.youtube.com. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=27jAj3bH8Yo

Sierra, N., López, F., Villavicencio, F., Salgado, M., Pablo, D., Saltos, N., & Cléver, J. (2011). 30S "Fuego a Discreción" (Primera ed.). Quito, Pichincha, Ecuador: Artes Gráficas Silva.

Teleamazonas. (11 de octubre de 2011). www.youtube.com. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=Tbci4r5zj2M&index=3&list=PL5ED477E61D447007

Venezuela

Francine Jácome[1]

1.Introducción

2. Estudios de caso

Estudio de Caso 1: Ciclo de protestas febrero-junio 2014

Estudio de Caso 2: #SOSVenezuela: Denuncia y llamado de atención a la comunidad internacional

Estudio de Caso 3: Periodismo alternativo-Efecto Cocuyo y Crónica Uno

3. Conclusión

4. Bibliografía y fuentes citadas

1 Directora Ejecutiva del Instituto Venezolano de Estudios Sociales y Políticos.

1. Introducción

En el caso venezolano, las relaciones entre organizaciones de la sociedad civil (OSC), partidos políticos y Estado han cambiado significativamente y especialmente los componentes del ciber-espacio juegan un papel cada vez más importante en la polarización política que vive el país. Como resultado de ello, el ciber-espacio refleja esta polarización.

Nuestra mirada es a partir de la óptica de las organizaciones de la sociedad civil después de 16 años de un régimen dominado por un solo partido en el cual se han deteriorado las instituciones democráticas así como la independencia de los poderes del Estado. En este marco, el foco principal está orientado hacia la conflictividad política y social del año 2014 y el papel de los medios alternativos. En función de los planteamientos de Sorj (2015), la relación entre las iniciativas on-line y off-line.

A tal fin, el trabajo está conformado por 2 secciones. En primer término presentamos un breve análisis de los últimos 16 años del régimen venezolano, en el cual se incluyen una síntesis de los debates sobre democracia, las relaciones entre sociedad civil y el Estado así como los partidos políticos. Por último, los marcos regulatorios existente sobre medios de comunicación y la participación ciudadana de Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC).

La segunda sección incluye tres estudios de caso, escogidos para presentar las problemáticas de las protestas sociales y la creciente necesidad de desarrollar medios alternativos de información y comunicación. El primer caso se relaciona al ciclo de protestas que se realizaron en el país en el primer semestre de 2014 y la relación entre la utilización de redes sociales y las diferentes actividades off-line.

El segundo caso muestra cómo el #SosVenezuela dio lugar para una serie de iniciativas en redes sociales y, en algunos casos, como fueron partícipes de convocatorias para protestas y manifestaciones. Es interesante notar que en este caso fue muy importante su enfoque hacia el ámbito internacional. Las

diferentes iniciativas, especialmente durante el ciclo de protestas del primer semestre de 2014, buscó posicionar el tema venezolano a nivel internacional.

El tercer caso se centra en la identificación de los nuevos medios de comunicación digitales que se están desarrollando a través de las redes sociales, especialmente por internet, en una comparación entre el medio alternativo Efecto Cocuyo y la iniciativa que promueves la OSC Espacio Público a través de Crónica Uno.

Por último, se presentan algunas reflexiones finales sobre los retos de las redes sociales para las OSC de los nuevos marcos regulatorios que están siendo avanzados por parte del gobierno venezolano, que podrán en el corto plazo limitar la utilización de redes sociales, así como propuestas alternativas para recuperar la institucionalidad

El régimen venezolano 16 años después

Debates sobre democracia

Venezuela es el caso más importante de deterioro de la democracia en América del Sur, con tendencias que durante los mandatos del fallecido presidente Chávez fueron catalogados como personalistas y autoritarios. Los más de dos años de mandato del presidente Maduro (abril 2013-agosto 2015) han visto un deterioro aún mayor de la democracia con una profundización del militarismo y de la represión. Denunciado por líderes nacionales así como internacionales como un gobierno de fachada democrática pero de prácticas dictatoriales y hasta totalitarias.

El modelo bolivariano ha generado un debate sobre el significado de la democracia no solamente en Venezuela sino en toda la región.

El llamado bolivarianismo planteó una falsa dicotomía entre democracia representativa (liberal) y una democracia participativa. Los marcos constitucionales y legales que se construyeron a partir de 1999 en Venezuela y pos-

teriormente en otros países, produjeron una ampliación de mecanismos como los referéndums. En el caso venezolano, se contemplan tres tipos: aprobatorio (por ejemplo, el de la Constitución de 1999, efectuada ese mismo año), consultivo (como el de reforma constitucional realizado en 2009 para permitir la reelección indefinida) y el revocatorio de mandato de funcionarios electos (Referéndum Revocatorio Presidencial de 2004). Hasta mediados de 2015, todos han sido utlizadas a nivel nacional a través de convocatorias electorales especiales. Si bien autoproclamados participativos - pues serian los ciudadanos lo que pueden promover su convocatoria, estos mecanismos en ocasiones llevaron a una inclusión importante-, pero, en general, han sido promovidos y controlados básicamente desde arriba, incluso limitando la autonomía de los ciudadanos y comunidades.

Después de 16 años de "revolución", ¿cómo se evalúa el estado de la democracia en el país? En términos generales, Vivas (2015) ha señalado que se está ante una nueva forma de régimen autocrático que busca conservar un aura de legitimidad democrática. En tal sentido, se lo ha definido como semi-autoritario, democracia no-liberal o autoritarismo competitivo. En función de este trabajo, se considera la definición elaborada por Corrales (2015) como siendo un régimen híbrido o autoritarismo competitivo.

Su principal característica es que el partido gobernante compite en elecciones que generalmente gana. A diferencia de los regímenes autoritarios tradicionales, producto de golpes de Estado, al Presidente de la República se le van otorgando una serie de poderes que le permiten gobernar sin contra pesos y sin transparencia. En el caso de los últimos 3 lustros, es emblemáticas la utilización de la Leyes Habilitantes, que permiten que los mandatarios gobiernen y legislen por decreto. El presidente Chávez en 14 años tuvo 4 leyes habilitantes otorgadas por la Asamblea Nacional y el actual Presidente ha contado con 2 en sus dos años de gobierno.

Corrales puntualiza que en el caso venezolano, el creciente autoritarismo se ha valido fundamentalmente de la pérdida de la independencia de los

poderes, especialmente del poder Judicial. En este sentido, existe el uso, abuso y falta de aplicación del Estado de Derecho. El sistema judicial está al servicio del poder Ejecutivo, lo cual le ha permitido desarrollar un cuerpo legal que le permite dominar a los otros poderes e intervenir en el sector privado. Esta situación ha llevado a lo que el mismo oficialismo denomina como la "hegemonía comunicacional", lo cual consiste en el dominio cada vez mayor de los medios de comunicación por parte del gobierno.

De igual forma, Corrales (2015) considera que otro factor importante del creciente autoritarismo es que, especialmente después de 2012, se ha debilitado la capacidad de control del gobierno sobre los resultados electorales. Si tradicionalmente en los últimos tres lustros, el oficialismo, bajo el mando del fallecido presidente Chávez, conservaba una cómoda diferencia de 20% sobre la oposición, esto cambió dramáticamente en los comicios presidenciales de abril de 2013, cuando se redujo a 1,4%. [2]

Un tercer elemento que según Corrales (2015) también ha permitido un creciente autoritarismo del régimen venezolano, especialmente después que el actual mandatario llegó al poder, es la ausencia de presiones gubernamentales de otros países, especialmente de la región latinoamericana. En la mayor parte de los casos, los gobernantes latinoamericanos, aunque pueden hacer declaraciones sobre su "preocupación" con la situación en Venezuela, no han asumido posiciones de defensa de la democracia y los derechos humanos. Hasta cierto punto asumen un apoyo tácito al régimen como lo demostraron recientemente las declaraciones de la III Cumbre de la CELAC-UE o el recibimiento que le dio la presidente de Brasil al presidente de la Asamblea Nacional en Brasilia el 12 de junio de 2015, que también fue recibido por el expresidente Lula.

2 En este contexto, cabe señalar que en las elecciones parlamentares del 6 de diciembre de 2015, los números se han invertido y la oposición obtuvo 112 diputados, mientras el partido del gobierno obtuvo 55.

Relación Sociedad Civil- Estado

En la actualidad, la forma de participación privilegiada desde el proyecto político oficialista es el de los consejos comunales y la conformación del poder comunal. Son organizaciones impulsadas "desde arriba" que dependen de y canalizan recursos del gobierno hacia los sectores comunitarios. Se desarrolla en el marco de un modelo que pretende eliminar actores de intermediación no-oficialistas, como partidos políticos, sindicatos y agrupaciones profesionales y empresariales, para así promover una relación directa entre el poder Ejecutivo (con un alto componente presidencialista) y las comunidades de base.

En cuanto a la relación entre OSC y la definición y ejecución de políticas públicas, puede señalarse que desde la perspectiva gubernamental se avanza un discurso sobre la participación en la definición de políticas, pues se dice que los consejos comunales definen proyectos para sus comunidades que luego reciben financiamiento del gobierno y son implementados en forma conjunta.

La mayor parte de las críticas es que son impuestas desde el gobierno, no son transparentes y que buscan básicamente apoyos políticos. Las denuncias sobre corrupción en estas instancias han sido numerosas en los últimos años (Tablante/Tarre, 2013; www.transparencia.org.ve.) En el Índice de Percepción de Corrupción del 2014 de Transparencia Internacional, Venezuela se ubicó en el puesto 161 de 175 países evaluados (http://www.transparency.org/country#VEN).

La estrategia de promover nuevas estructuras y organizaciones con la finalidad de lograr una hegemonía en el poder, se ha visto acompañada por una serie de decisiones y normativas legales que han tenido como finalidad limitar las participación de organizaciones y movimientos sociales autónomos. Entre las principales normativas que se han dictado para limitar los derechos de asociación y manifestaciones están (Gómez, 2015: Provea, 2015; Van Berkel/Jácome, 2009)

- Anteproyecto de Ley de Cooperación Internacional (2005): Fue la primera iniciativa para restringir la participación de las OSC. Entre sus ob-

jetivos centrales se buscaba: 1) Crear un registro de OSC que recibían financiamiento del exterior. 2) Crear un fondo común de toda la cooperación internacional que sería administrado por el gobierno, el cual se encargaría de elegir los proyectos que recibirían fondos de acuerdo a las prioridades establecidas por el gobierno en su Plan Nacional. Se produjo una movilización de las OSC y redes, principalmente con representantes de la comunidad internacional para que establecieran un diálogo con el gobierno. El *lobby* tuvo un efecto positivo y la Asamblea Nacional, en ese momento controlado totalmente por el oficialismo, no pasó la propuesta a segunda discusión para su aprobación definitiva. No obstante, el oficialismo puede reanudar el proceso de aprobación de esta ley.

A partir de 2010, se han aprobado normativas que en la práctica pueden ser utilizadas para restringir y, más aún, criminalizar las actividades de las OSC y el derecho de asociación.

- Ley de Defensa de la Soberanía Política y Autodeterminación Nacional (diciembre de 2010): Consta de 10 artículos, que según el gobierno, tienen por objeto proteger el ejercicio de la soberanía política y la autodeterminación nacional de la injerencia extranjera. Sin embargo, prohíbe el financiamiento internacional, rige para «organizaciones con fines políticos, organizaciones para la defensa de los derechos políticos o personas naturales que realicen actividades políticas; así como la participación de ciudadanos extranjeros o ciudadanas extranjeras, que bajo el patrocinio de estas organizaciones puedan atentar contra la estabilidad y funcionamiento de las instituciones de la República».

- Leyes de Participación Popular y Comunas: Identifican como las únicas interlocutoras a estas organizaciones que son establecidas desde el

gobierno central. Y dependen de éste. El objetivo es la cooptación de las organizaciones sociales.

- Ley Orgánica del Poder Popular (2010).
- Ley Orgánica de Planificación Pública (2010).
- Ley Orgánica de Contraloría Social (2010).
- Ley Orgánica de las Comunas (2010).

- Ley Contra la Delincuencia Organizada y Financiamiento del Terrorismo (1° febrero 2012): Hay una definición ambigua de lo que es terrorismo. Depende de lo que sea considerado por el gobierno. Permite interceptar comunicaciones personales, correos electrónicos y movimientos bancarios.
- Reforma de la COPP (2012): Determina que las OSC de Derechos Humanos no pueden participar en la defensa legal de casos de violación de Derechos Humanos.
- Eliminación de la exención de pago de ISLR de cooperativas, asociaciones civiles y fundaciones (2014).
- Sala Constitucional del TSJ (24 de abril de 2014): Sentencia que suspendió las garantías para el derecho a manifestar pacíficamente, consagrado en la Constitución de 1999. Decretó que debía existir un permiso previo de las autoridades correspondientes.
- Reforma de la Ley Orgánica de Seguridad de la Nación (noviembre de 2014): Creación del Sistema Popular de Protección para la Paz (SP3). Su eje central es la integración de organizaciones sociales con los poderes públicos "contra amenazas a la seguridad interna." (Provea, 2015, p. 21).
- Decreto 1.471 (enero de 2015): Sistema de Protección para la Paz, que pone en práctica el SP3. Lleva a que la población civil participe en labores de inteligencia.
- Resolución No. 008610 del Ministerio de Defensa (enero de 2015): Autoriza a funcionarios a emplear armas letales en manifestaciones. También permite la actuación de funcionarios de todos los componentes de las fuerzas armadas en el control del orden público.

A estas leyes y normativas oficiales, es preciso añadir una serie de organismos no-institucionales que han sido promovidos con la finalidad "defender la Revolución". Resaltan durante 2014:

- Comandos Populares Antigolpe.
- Milicias Estudiantiles y Campesinas.
- Brigada Especial Contra las Actuaciones de los Grupos Generadores de Violencia (BEGV, junio 2014).

En el ámbito institucional, también dos instancias adicionales creadas entre 2013 y 2014:

- El Centro Estratégico para la Seguridad y la Protección de la Patria (Cesppa), que dependen directamente de la Presidencia de la República y está bajo la conducción de un general.
- Las Fuerzas de Choque de la FANB, conformadas exclusivamente para confrontar manifestaciones y protestas que atenten contra la estabilidad del país.

Se citan solamente tres ejemplos, entre muchos otros, de la utilización de este marco legal-institucional para limitar los derechos de asociación y participación garantizados en la Constitución de 1999. En primer término, la reforma de la COPP de 2012 ha impedido que abogados de las OSC de Derechos Humanos puedan ejercer la defensa legal de detenidos durate las protestas del primer semestre de 2014. Igualmente, durante este período, la Ley Contra la Delincuencia Organizada y Financiamiento del Terorrismo permitió la intercepción de comunicaciones.

En tercer lugar, la sentencia de la Sala Constitucional del 24 de abril de 2014 ha sido utilizada en forma reiterada durante más de un año para limitar el derecho a manifestar pacíficamente. Autoridades locales pro-oficialistas se han negado a otorgar permisos solicitados para realizar manifestaciones y marchas

en sus jurisdicciones. En Caracas, el caso emblemático es la alcaldía del municipio Libertador que ha negado entre abril de 2014 y agosto de 2015, todas las solicitudes de la Mesa de la Unidad Democrática para concentraciones o marchas en esta entidad.

A toda esta normativa legal-institucional formal, se añade una figura extra-judicial: los "Patriotas Cooperantes". Con fines judiciales, se ha creado y ha sido aceptado por los tribunales esta la figura, a través de la cual se realizan denuncias anónimas y que ha sido aceptado como "testigo sin rostro".

Todo este marco legal e institucional tiene como uno de sus principales focos, las organizaciones que defienden los derechos humanos, pues han sido las más activas especialmente en el ámbito internacional, enfocándose principalmente en la OEA pero también llevando sus perspectivas y propuestas, por ejemplo a Unasur. Especial mención es el retiro parcial en 2012 del Sistema Interamericano de Derechos Humanos. Igualmente, las actividades de estas OSC y sus informes independientes en varias instancias de la ONU en 2015 que han sido motivo de intentos por desprestigiar a estas organizaciones.

Estas nuevas estructuras promovidas con la finalidad de lograr una hegemonía en el poder así como los marcos legales que limitan los derechos de asociación y participación, han tenido respuestas desde sectores de la sociedad civil así como en la conformación de nuevas organizaciones y formas de protesta emergentes. Por lo tanto, en Venezuela actualmente el amplio y diverso espacio que puede definirse como sociedad civil no ha escapado de la polarización política que vive el país.

La situación de los medios tradicionales y las redes sociales

Una de las estrategias fundamentales del oficialismo en los últimos 16 años ha sido construir una "hegemonía comunicacional". Han denunciado constantes ataques, desinformación y participación de medios privados en

conspiraciones en contra de su proyecto político. Como respuesta, se han puesto en marcha distintos mecanismos legales y restrictivos para ampliar considerablemente la penetración de medios oficialistas tanto en los medios de comunicación tradicionales así como en las redes sociales.

La restricción cada vez mayor de los medios tradicionales se ha ejecutado a través de acciones legales, limitaciones a la importación de papel, ausencia de pautas publicitarias del gobierno (que es el principal motor de la economía), compra de medios para cambiar sus líneas editoriales, prohibición de cobertura de medios privados a información sobre acciones del gobierno. En resumen, los mecanismos utilizados han sido: 1) limitar las licencias de operación de emisoras de radio y televisión, 2) restringir el suministro de papel periódico, 3) eliminar las pautas comerciales de entes gubernamentales, 4) multas a medios, y 5) promoción de compra de medios por grupos cercanos al gobierno. (The Economist, 2015)

La normativa legal que ha permitido un control cada vez mayor sobre los medios de comunicación incluyen (Corrales, 2015, IPYS, 2015):

- Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000) que autorizó a que se revocara o suspendiera las concesiones de medios debido a su prioridad para el "interés nacional".
- Ley de Responsabilidad Civil (2004). Conocida como la ley RESORTE, prohíbe la difusión de información que "promueva o incite" al odio o la violencia. Las definiciones de estos términos quedan bajo la discrecionalidad de las autoridades. En 2010 se amplió para incluir internet.
- Reforma del Código Penal (2005). Amplió la definición de desacato para que sea ilegal el "irrespeto" a funcionarios públicos, definición que también queda bajo la discrecionalidad de las autoridades. Por este medio, también se limitó la posibilidad de uso de espacios públicos para la protesta.
- Sala Político Administrativa del TSJ (agosto de 2014): Sentenció que el acceso a la información pública "no puede ser abusiva". Las solicitudes

de información no pueden obstaculizar el funcionamiento de la administración pública.

- Decisión del TSJ (diciembre de 2014): La información relacionada a telecomunicaciones es un secreto de Estado. La difusión pública de alguna información puede atentar contra la "seguridad de la nación".
- Ministerio de Defensa (7 de mayo de 2015): en a Gaceta Oficial No. 40.655 se informa sobre la creación de la Dirección Conjunta de Ciberdefensa.

En el caso de los principales de canales de TV pública, esto ha conducido a la autocensura, incluyendo la no cobertura de eventos políticos, la ausencia de programación dedicada a análisis de la realidad política, económica y social del país así como la inexistencia de entrevistas a actores políticos y sociales opuestos al oficialismo.

En su estudio, Corrales (2015) muestra que en 2014 habían disminuido en aproximadamente 50% los medios de prensa y TV independientes. Por lo tanto, grandes sectores de la población en la actualidad están recibiendo información a través de medios que están controlados cada vez más o por el gobierno o por su principal partido político, el Psuv.

El director de la encuestadora Datanálisis Luis Vicente León presentó el 3 de julio de 2015 los resultados del "Estudio de penetración y consumo de noticias" (#EncuentroWeb de @espaciopublico). Respecto a la censura, 40% considera que los medios están censurados, en especial la TV y, en menor medida, internet. De éstos, aproximadamente 70% evalúan que la censura proviene del gobierno, seguido por la autocensura. Esto repercute sobre las posibilidades de acceso a noticias, ya que otra de las principales conclusiones es que los principales medios a través de los cuales se informa la población son la TV de señal abierta, seguida por TV por suscripción y después la red social Facebook.

No solo se ejerce la "hegemonía comunicacional", limitando considerablemente la libertad de expresión, sino que el gobierno se autocensura al no

proveer información, especialmente en el ámbito económico y respecto a los servicios e indicadores de su desempeño en el área de prestación de servicios públicos de salud. No hay datos actualizados de Petróleos de Venezuela S.A. (Pdvsa), del Instituto Nacional de Estadística (INE), o el Banco Central de Venezuela (BCV). Un ejemplo importante es que el BCV no ha publicado desde finales de 2014 los datos sobre inflación, escasez y desabastecimiento a los cuales está obligado por ley a informar mensualmente. Se oculta información sobre la grave crisis económica y social. En el área de salud, por ejemplo, no presenta las estadísticas respecto al estado actual de enfermedades contagiosas, inmunología y otras de interés público.

En cuanto al acceso a internet, el Informe Final 2014 de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) (www.conatel.gob.ve/estadisticas-anuales y trimestrales) concluye que en el país existen 15.960.691 usuarios, con una penetración de 60,33%. El organismo señala que a partir de tercer trimestre de 2014 cambió su metodología de medición para incluir a todos los usuarios que tienen un Plan de Acceso a Redes de Datos en sus teléfonos móviles. Formalmente, los suscriptores de servicios de internet son 3.693.310. Sus datos no discriminan por sectores sociales, pero el acceso es principalmente en zonas urbanas de los estados con mayor población Miranda y Zulia, así como el Distrito Capital de Caracas. El acceso es mucho menor en el interior del país, especialmente en las zonas rurales.

En los últimos años existe una migración importante hacia las redes sociales, que en el caso de Venezuela no está condicionada únicamente por el acceso a nuevas tecnologías sino también para superar las barreras del control gubernamental sobre la información. Luis Vicente León (#Encuentro Web) señaló que en la búsqueda de información en internet, "Facebook es el más importante". Según los datos recopilados, 52% se informan por esta red y 22,6% por Twitter. Los llamados "nativos digitales" (jóvenes) se identifican mucho menos con medios impresos y radio. Señala que 66% utiliza internet diariamente, lo denomina como el "medio de los impacientes" .

Este estudio de Datanalisis, encontró que el atractivo del uso de las redes sociales, aparte de “ser moda”, tiene una amplia aceptación porque se percibe que abre un espacio para opinar y participar. Ante la actual situación económica, política y social Luis Vicente León expuso que Twitter se ha convertido en el medio más importante para quienes se sienten censurados, especialmente los dirigentes políticos que no tienen acceso a los medios tradicionales. Según Szichman (2015), el líder opositor Henrique Capriles tiene 5.100.000 seguidores frente al presidente Maduro que cuenta con 2.300.000.

Según la analista Iria Puyosa (2015) el gobierno venezolano ha ampliado su presencia en las redes sociales con contenido político-partidistas. Un ejemplo es la Red Patria (www.redpatria.org.ve) que incluye entre sus aplicaciones el Mochuelo para reporter situaciones que vulneran los derechos del pueblo y monitorean reports desde una sala situacional.” (Puyosa, 2015, p. 16) De esta forma, se está creando un instrumento que facilita la vigilancia gubernamental sobre los usuarios. Señala que además la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) ha comenzado a enviar información sobre las actividades de ciudadanos en la web a la policía política Servicio Bolivariano de Inteligencia (SEBIN). Además, un revisión de las cuentas de diferentes instituciones gubernamentales muestran que más que fomentar el gobierno electrónico, son utilizadas para fines partidistas.

A parte del control que tiene sobre los medios audiovisuales, las redes sociales y prensa nacionales, el gobierno venezolano ha propiciado unas redes de influencia regional. En los medios tradicionales, el más importante es el canal televisivo Telesur, que formalmente tiene como socios a otros gobiernos de la región, pero que en la práctica está manejado por el gobierno venezolano. De igual manera, ha desarrollado plataformas digitales internacionales financiadas desde el gobierno. En este sentido, Sorj (2015) señala la importancia de las leyes sobre usos de recursos públicos para financiamiento de medios de comunicación, que deben ser transparentes y universales, también debería aplicarse al apoyo directo e indirecto que los gobiernos hacen a simpatizantes suyos en la Internet.

Adicionalmente, como se verá más adelante, en Twitter las noticias del gobierno triplican las noticias de los opositores, pues utilizan bots[3]. Igualmente, en marzo-abril de 2015, desde el gobierno se realizó la campaña #ObamaRepealTheExecutiveOrder, para levantar sanciones a 7 funcionarios venezolanos por violación de Derechos Humanos y corrupción (Szichman, 2015). Sin embargo, no se realizó lo que sería la entrega offline de las firmas durante la VII Cumbre de las Américas en Panamá.

En cuanto a la relación entre los medios tradicionales y las redes sociales, un importante hallazgo del estudio de Datanálisis es que la radio y prensa escrita generan muchos contenidos para medios que están en la red. Juegan un papel importante en el establecimiento de agendas informativas en medios virtuales como www.noticias24.com y www.lapatilla.com/site/, que son los líderes en portales de noticias. En el caso de este último, tiene una orientación política de oposición al gobierno.

Esta situación ha llevado a que Venezuela sea uno de los países de América Latina y el Caribe con mayores obstáculos para el acceso a la información pública y con espacios cada vez más reducidos para la libertad de expresión. Adicionalmente, hay una profundización y ampliación de la criminalización de la protesta y manifestaciones de sectores sociales. Son cada vez más tensas las relaciones entre el Estado y la sociedad civil, en la medida que crece la represión al disenso.

En este marco, las redes sociales han pasado a jugar un papel cada vez más importante, con sus ventajas y limitaciones. Se han convertido en medios alternativos de información, pero también de desinformación. A la vez, su utilización está siendo sujeta a una creciente represión por parte del Estado.

3 Cuentas automatizadas que no están dirigidas por una persona. Son robots, usuarios fantasmas que hace retweet automáticamente (Von Bergen, 2015) Se utilizan de mecanismos para crear artificialmente trending topics. En el caso venezolano desde el Sistema Bolivariano de Comunicación e Información (SIBCI) y una "maquinaria oficialista". Está centralizada en un aparato burocrático de propaganda y no tiene una relación con los activistas de base de las redes (Puyosa, 2015).

A partir de 2014, la crisis económica, política y social en el país se agudizó llevando a situaciones de conflicto y violencia, las cuales se evidencian en las protestas y manifestaciones de los diferentes sectores (offline), así como en las redes sociales (online). En el marco del autoritarismo competitivo, este trabajo se enfocará en dos indicadores principales: las restricciones al derecho de asociación y participación así como el de libertad de expresión y acceso a la información pública. En función de ello, se presentan 3 estudios de caso.

2. Estudios de caso: Caso 1: Ciclo de protestas febrero-junio 2014

Antecedentes

Los antecedentes de las movilizaciones políticas y sociales del 2014 tienen dos raíces fundamentales. En primer lugar se encuentran las elecciones presidenciales de abril de 2013, convocadas después del fallecimiento del ex presidente Chávez. La diferencia entre el candidato oficialista y el de oposición fue de 1,4%, lo cual llevó a declaraciones sobre un fraude electoral. Las posibles movilizaciones a favor de aclarar esta situación fueron evitadas debido al temor de respuestas violentas. En segundo lugar, están los comicios municipales en diciembre de ese mismo año. Desde el punto de vista cuantitativo, la oposición no obtuvo éxitos, pues fueron pocas las alcaldías en las que triunfó. Sin embargo, cualitativamente obtuvo triunfos en la mayoría de las alcaldías de los centros urbanos más poblados del país.

Entre enero y junio de 2014, en Venezuela se desarrolló un ciclo de protestas importante. Algunos entrevistados (Gómez, 2015; Van Berkel, 2015), señalaron que la alta conflictividad del 2014, especialmente en los primeros 6 meses, tuvo una importante motivación política. Sin embargo, no puede obviarse que la creciente crisis social que también influyó sobre los movimientos de protesta.

En este sentido, el Informe 2014 del Programa Venezolano de Educación-Acción en Derechos Humanos (Provea, 2015) indica que fue un ciclo atípico con una combinación de protestas políticas y de reclamos sociales y económicos. Señala que en 2014 se produjo la agudización de la crisis económica y social la cual llevó a retrocesos en los avances sociales logrados en años anteriores. Al final de año, se reportó un 68,5% de inflación, que en el rubro de alimentos llegó a 102,2%, llevando a importantes retrocesos en cuanto a los logros de disminución de la pobreza. Citando el estudio de varias universidades "Condiciones de vida de la población venezolana 2014", estimó que 48,4% de los hogares venezolanos viven por debajo de la línea de pobreza. De mantenerse esta tendencia, se proyecta que a finales de 2015 se tendrá la misma cantidad de pobres que en el año 2000.

Para entender la dinámica política de los eventos de 2014, también es preciso recordar que en enero de 2008 fue creada la Mesa de la Unidad Democrática (MUD), como una plataforma de unidad de los principales partidos de oposición, después de la crisis de la anterior Coordinadora Democrática. Las respuestas a los resultados electorales de 2012 y 2013, generaron reacciones diferentes que se cristalizaron más claramente a partir de 2014.

Por un lado, un sector conformado por varios partidos y directivos de la MUD que insistieron en mantener una ruta electoral para la solución de la creciente conflictividad del país. Por el otro, un liderazgo centrado en 3 dirigentes políticos (Leopoldo López-Voluntad Popular, Antonio Ledezma-Alianza al Bravo Pueblo y María Corina Machado-Vente Venezuela), que decidió lanzar lo que denominaron como "La Salida" . Esta estrategia se centró en el análisis que en el país se vivía una dictadura y que era preciso generar una solución inmediata. Fueron muy activos en cuanto a utilizar las redes sociales como medios para la coordinación de actores y la convocatoria a protestas. Establecieron el #lasalida. Asimismo, ampliaron su agenda para incluir no solamente la propuesta de la salida del presidente Maduro sino también los problemas económicos centrados en el desabastecimiento y la escasez así como la inseguridad.

Desarrollo

El ciclo de protestas del primer semestre de 2014 tuvo su inicio por problemas de inseguridad ciudadana. Se iniciaron en la Universidad del Táchira por un intento de violación y luego se presentaron en otros centros educativos. Al ser apresados varios dirigentes estudiantiles, algunos de los cuales fueron enviados a cárceles de alta peligrosidad, al tema de la inseguridad se añadió el de la liberación de los estudiantes detenidos. En una manifestación estudiantil en Caracas el 12 de febrero, celebrando el Día del Estudiante, se produjeron las primeras 3 muertes. Esto generó una escalada de las protestas.

La agenda de las protestas se amplió y diversificó para incluir la renuncia del presidente Maduro, la liberación de los estudiantes detenidos, el cese a la represión así como manifestaciones por temas puntuales como el desabastecimiento, problemas en los servicios públicos (agua y electricidad) y la inseguridad.

Cronología protestas febrero-junio 2014[4]

Fechas	Eventos	On-Line
4 al 11 de febrero	Protestas en universidades del Táchira, Caracas, Mérida, Zulia y Coro. Detención de estudiantes.	
12 de febrero al 1º de junio	Marchas y protestas en 38 ciudades.	
12 de febrero	Marchas por el Día de la Juventud. En Caracas, marchas oficialistas y de oposición. Primeros fallecidos (3). Disturbios y actos de violencia. Tribunal ordena la detención del dirigente político del partido Voluntad Popular (VP) Leopoldo López por delitos de terrorismo, incitación a delinquir, daños a la propiedad y homicidio, entre otros.	Conatel ordena suspensión de transmisiones del canal colombiano NTN24 por su cobertura de disturbios. Argumenta que está fomentando violencia.

4 Fuente: es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Cronolog%C3%ADa_de_las_manifestaciones_en_Venezuela_de_2014

13 de febrero	Continúan protestas para exigir la liberación de estudiantes detenidos. En varios puntos del país se obstaculiza el tránsito en varias vías. Oficialismo también moviliza protestas y manifestaciones en apoyo al gobierno.	
14 de febrero		Twitter Inc. Anunció que el gobierno había bloqueado su red. La telefónica estatal CANTV, señaló que no era responsable de la falla de la red. Acusaciones de oficialista y medios de "hackeo" de cuentas de Twitter (por ejemplo, @NTN24ve, @PartidoPSUV).
18 de febrero	Manifestaciones y entrega del dirigente de VP Leopoldo López	
22 de febrero	Manifestaciones tanto de la oposición (organizada por la Mesa de la Unidad Democrática) y del oficialismo "por la paz".	
26 de febrero	"Marcha silenciosa" convocada por esposa del dirigente de VP, Leopoldo López. Desde el oficialismo, movilización de campesinos e indígenas en Caracas.	Convocatoria por Twitter por la esposa del dirigente Leopoldo López para manifestación en distintas partes del país.
27 de febrero	Instalación por parte del gobierno de la Conferencia Nacional de Paz en el ámbito económico.	
28 de febrero	2ª. Reunión de la Conferencia Nacional de Paz en el ámbito económico. Participación de distintos sectores empresariales.	
12 de marzo	Marcha estudiantil oficialista para la instalación de la Conferencia de Paz estudiantil.	
13 de marzo	Decisión del Tribunal Supremo de Justicia (TSJ): alcaldes deben garantizar libre tránsito y evitar colocación de barricadas en vías públicas. Decisión que será utilizada para encarcelar, procesar y destituir a 2 alcaldes de oposición (San Cristóbal, Táchira y San Diego, Carabobo).	

14 de abril	Reunión televisada de inicio de diálogo entre funcionarios del gobierno y representantes de la MUD. Auspiciado por 3 cancilleres de UNASUR (Brasil, Colombia y Ecuador) y el Nuncio Apostólico. Su objetivo: búsqueda de parar la violencia. Fue la única reunión de diálogo público.	
15 de abril	Primera sesión de trabajo con el Vice-Presidente para continuar con diálogo.	
18 de abril	Reunión privada de la MUD con 3 cancilleres de UNASUR y Nuncio Apostólico. Objetivo: explicar las razones para la suspensión de conversaciones con el gobierno.	
Abril-mayo	Instalación de "Campamentos por la libertad" en varias partes del país. En Caracas, los más emblemáticos: frente a las oficinas de PNUD, la Plaza Alfredo Sadel y Plaza Bolívar de Chacao.	
24 de abril	Decisión del TSJ: cualquier concentración, manifestación o protesta pacífica debe tener autorización previa de autoridades (alcaldes o gobernadores).	
8 de mayo	Operativo de la Guardia Nacional Bolivariana y la Policía Nacional Bolivariana para desmantelar los campamentos de estudiantes. Detenciones masivas.	
12 de mayo	Movilizaciones en todo el país para conmemorar 3 meses de protestas (12 de febrero-12 de mayo).	
19 de mayo	Ministerio de Interior, Justicia y Paz crea las "Brigada Especial Contra Grupos Violentos".	
22 de mayo	18 universidades públicas y privadas inician huelga de 24 horas para exigir liberación de estudiantes detenidos.	
30 de mayo		Movimiento estudiantil convoca por Twitter a manifestación el 1º. de junio para rechazar detención de jóvenes en protestas.
1º de junio	"Marcha de los valientes".	

De acuerdo con el Informe Provea 2014 (Provea, 2015), 93% de las manifestaciones fueron pacíficas. Se efectuaron en por lo menos 16 estados del país y se calcula que en total participaron alrededor de 800.000 personas a nivel nacional. Algunas de las convocatorias online fueron virales, otras ignoradas. Entre las formas más importantes de protesta estuvieron: marchas, concentraciones, vigilias, asambleas y campamentos. Aunque minoritarias, las "guarimbas"[5] tuvieron más cobertura de los medios aunque Provea calcula que solamente un 2,5% del total de manifestantes (alrededor de 20.000) utilizaron este mecanismo de impedir el libre tránsito.

De acuerdo a la Fiscalía General de la República, durante este ciclo de protestas 43 personas fallecieron, hubo más de un centenar de heridos y más de 3.000 detenciones. De acuerdo a la ONG Foro Penal, permanecen aún detenidos alrededor de 75 personas. En este marco, una experiencia interesante e inédita en el país fue la utilización de las redes sociales, en especial de Twitter, para informar sobre el lugar de detención de las personas aprendidas por la Guardia Nacional Bolivariana y la Policía Nacional Bolivariana durante las diversas protestas y manifestaciones. Fueron especialmente activas las cuentas @CDH_UCAB (Centro de Derechos Humanos de la Universidad Católica Andrés Bello), @_Provea (Programa Venezolano de Educación-Acción en Derechos Humanos), @PorHumanidad (Foro Penal Venezolano, ONG de defensa de Derechos Humanos) y @espaciopublico (ONG defensora de Libertad de Expresión y Acceso a la Información).

Conclusión

Este ciclo de protestas y manifestaciones, con sus componentes tanto offline como online, se caracterizaron por ser descentralizadas, improvisadas y con pocas posibilidades de sustentabilidad. Muchas de las protestas fueron de-

5 Cierre de calles para obstaculizar el tránsito.

sarrolladas en forma improvisada por grupos de vecinos, estudiantes y jóvenes, no por OSC ya establecidas. También, como señala Luis Gómez (2015) que "Fue poca la contribución de "nuevas" organizaciones".

Las redes sociales fueron importantes en la convocatoria a diferentes protestas durante 2014. El Informe Provea 2014 (Provea, 2015) señala que se produjo el "efecto modelo" que permitió difundir mecanismos de protesta que fueron replicados en otras partes del país.

Importante es la afirmación del Informe de Provea en el sentido que se observaron nuevas características en las protestas en 2014. Fueron "descentralizadas, diversas, convocadas por redes sociales y mayoritariamente pacíficas." (p. 319) También señalan que por parte del gobierno continúo la tendencia de años anteriores a no respetar la libertad de asociación y reunión consagradas en la Constitución de 1999 así como la discriminación por razones políticas.

La mayoría de los expertos que entrevistamos señalaron que el ciclo de protestas de 2014 giró alrededor de dos ejes fundamentales. En primer término, estuvo muy relacionado a una propuesta de un sector político de la oposición: La Salida. Deborah Van Berkel (2015) puntualizó que en vez de una nueva dinámica, reflejó una "dinámica política, motorizada por un segmento de las fuerzas opositoras tradicionales."

En segundo lugar, se dieron protestas espontáneas de diferentes sectores, algunos articulados por organizaciones de base como asociaciones de transportistas, grupos vecinales, por problemas puntuales como inseguridad, ausencia de servicios públicos y problemas de desabastecimiento (Luis Gómez, 2015).

En relación a la cooptación de estos movimientos por parte de otros actores como el gobierno o partidos de la oposición, fueron tres las principales interpretaciones por parte de los entrevistados. En primer término, que las OSC de larga trayectoria mantuvieron su autonomía, pues tienen objetivos y estrategias bien definidas. La mayor parte de las OSC y redes de larga trayectoria no participaron de estas convocatorias.

En segundo lugar, que en este ciclo, muchos de los líderes, especialmente en el ámbito del movimiento estudiantil, tenían afiliaciones políticas con el partido Voluntad Popular y el movimiento Vente Venezuela, por lo que no representaban un sector autónomo de este movimiento. En tercer lugar, que agrupaciones como "Víctimas de las "guarimbas"[6] fueron creadas y mantienen actualmente una relación cercana con el gobierno (Luis Gómez, 2015), reflejando una ausencia de independencia.

Sin embargo, ante estos indicadores de cooptación, también se puntualizó (Rafael Uzcátegui, 2015; Luisa Torrealba, 2015) que las manifestaciones podrían ser el comienzo de la apertura de un espacio que promueva superar la polarización política a través de diálogos entre sectores que no se identifican con el oficialismo y la oposición. Esto sería en el mediano plazo, pues aún las protestas y manifestaciones están vistas bajo el lente del "chavismo" y en anti-chavismo" (Rafael Uzcátegui, 2015). Rafael Uzcátegui (2015) puntualizó que la desaparición del ex presidente Chávez abrió un espacio para que surgieran otras formas de participación y movilización que no respondieran a los dos polos que predominaron durante los últimos 16 años. Se ha reflejado en una descentralización de movilizaciones ciudadanas, vistas en las protestas de 2014, durante las cuales ni el oficialismo ni la oposición supieron cómo responder a ellas. En esta era "post-Chávez", Rafael Uzcátegui (2015) plantea la importancia de los llamados "Ni-Ni" y un posible renacimiento de movimientos sociales autónomos.

Sin embargo, Pedro Pablo Peñaloza (2015) indica que la ausencia de institucionalidad y la polarización hacen difícil la construcción en el corto plazo de un espacio autónomo. Este espacio autónomo también se ve obstaculizado en la actualidad por limitaciones administrativas, legales y fiscales impuestas desde el gobierno (Luisa Torrealba, 2015).

---

6 Tradicionalmente, en un idioma indígena significa el territorio. Fue un juego juvenil en el que se usaba para denominar aquel lugar donde se podrían refugiar para no ser atrapados. Durante las protestas desde hace varios años, se usa para denominar a las barricadas que cierran calles e impiden el tránsito.

Las respuestas de los expertos entrevistados llevan a diferenciar 3 áreas fundamentales de mecanismos utilizados para responder a la creciente conflictividad política y social del primer semestre de 2014.

Represión

- Vigilancia y hostigamiento de ciudadanos que no comparten proyecto oficialista.
- Provocación y agudización de la confrontación.
- Promoción de violencia política.
- Intimidación simbólica y física. Castigo ejemplarizantes (Rafael Uzcátegui, 2015).
- Militarización y desarrollo de un Estado policial (Rafael Uzcátegui, 2015).

Provea (2015) señala que fue un año de creciente conflictividad social y política que recibió respuestas no-democráticas y especialmente una creciente militarización así como descalificación del trabajo de las ONG. Un elemento fundamental fue la delegación en grupos civiles afectos al gobierno de labores de seguridad y orden público. Fueron notorios los casos en los cuales se utilizaron a grupos paramilitares y civiles armados para controlar las protestas y establecer controles territoriales. Según esta ONG se está conformando un "Estado policial" a través de la cooptación de organizaciones sociales para labores de seguridad.

Para Provea y varios entrevistados, es grave la creciente utilización de la figura del "enemigo interno" para justificar la represión contra manifestantes y, en general, opositores o ciudadanos que muestran su desacuerdo con las políticas públicas.

Adicionalmente, el informe de Provea constató el uso excesivo de la fuerza durante el ciclo de protestas. La mayor parte de las denuncias recaen sobre la Guardia Nacional Bolivariana, componente de la FANB, e incluyen la

utilización de armas de fuego y sustancias toxicas, tortura, tratos crueles e inhumanos, expresamente prohibidos por la Constitución de 1999.

Esta ONG reporta en 2014, 2.015 víctimas de violación al derecho a la integridad personal, lo cual representa un incremento de 480,9% respecto al año anterior. Las denuncias de torturas aumentaron en 137% con 185 víctimas en 2014. Respecto a tratos crueles e inhumanos el incremento respecto a 2013 fue de 147%, y los heridos y lesionados fueron 284,89 % más que en el año pasado. La mayor parte de estos casos denunciados fueron durante las manifestaciones de 2014.

Provea (2015) afirma que recibió denuncias de 3.459 casos de violación de libertad personal durante manifestaciones y huelgas de trabajadores. Constituye el 96,2% del total de violaciones a la libertad personal durante 2014 y marca un incremento de 974% de detenciones durante manifestaciones en comparación con 2013.

Judicial

- Criminalización de la disidencia y protesta.
- Persecución.
- Utilización de la justicia civil y militar. Utilización de figuras como "traición a la patria", "terrorismo" y "desestabilización".
- Intentos de limitar las fuentes de financiamiento de las OSC y tratar de criminalizarlas si cuentan con cooperación internacional.

En relación a las protestas entre febrero y mayo de 2014, en el Informe de Provea (2015) se destaca que 3.459 personas fueron procesadas penalmente por participar en manifestaciones. Se efectuaron más detenciones en 2014 que las ocurridas en diferentes protestas durante los últimos 25 años. Esta ONG considera que para 2014 existían 6 casos y 10 víctimas de detención o privación de libertad por razones políticas. Un incremento de 1.000% respecto a 2013.

Sin embargo, el Informe 2014 de Provea (2015) señala que se produjo un sobre-dimensionamiento de la violencia de las protestas a través de los medios

tradicionales y las redes sociales. Esto permitió que el gobierno justificara la violenta represión, la cual mostro "la ausencia de una cultura democrática para generar condiciones que permitan el ejercicio pleno del derecho a la manifestación pública." (p. 25).

Comunicacional

- Descalificación de las OSC autónomas.
- "Silenciar", a través de ignorar las demandas y denuncias.

Un factor importante señalado por varios expertos es la "invisibilización" de las protestas y de los sectores opositores, especialmente a través de la cada vez más amplia control del gobierno de medios de comunicación.

Desde los sectores políticos integrados en la MUD, la respuesta mayoritaria se mantuvo enfocada en las elecciones parlamentarias, que fueron posteriormente anunciadas por el CNE para el 6 de diciembre. Luis Gómez (2015) planteó que varios partidos de la MUD manifestaron su preocupación por los planteamientos de La Salida, especialmente por la posibilidad de infiltrados que llevarían a que las protestas pacíficas de tornaran en violentas, como efectivamente sucedió en varias ocasiones. Gómez señaló que los partidos que promovían estas protestas tenían poca capacidad para orientar a los diferentes grupos, por lo que fueron espontáneas y poco organizadas. Luego esto llevaría a la frustración y terminaría en pasividad. Los planteamientos de un Congreso de Ciudadanos y la recolección de firmas para iniciar un proceso de Asamblea Constituyente no tuvieron éxito.

Entre los entrevistados hubo consenso que el ciclo de protestas del primer semestre de 2014, estuvo asociado principalmente al planteamiento de "La Salida" y que la mayoría de las OSC y partidos políticos no participaron. No se estima (Gómez, 2015) que tendrán un mayor impacto en la futura dinámica política del país, pero sí abrieron el camino para que el gobierno aprovechara para estigmatizar a las OSC, especialmente aquellas dedicadas a

la defensa de los Derechos Humanos. Igualmente, los expertos entrevistados concordaron que los movimientos espontáneos tienen poca posibilidad de convertirse en actores organizados e influyentes en el corto plazo. Ven como factible que pese a los múltiples obstáculos institucionales y jurídicos así como el hostigamiento gubernamental, las OSC de trayectoria continuarán desarrollando su trabajo.

Rafael Uzcátegui (2015) señaló que en la actualidad, cualquier movilización o protesta es vista desde el gobierno como una amenaza, lo cual es negativo para el desarrollo de nuevos actores sociales pues en vez de desarrollar estrategias propositivas más bien ellas son confrontativas. La principal tarea de las OSC y nuevos actores es desarrollar masa crítica para generar las condiciones para un cambio democrático, lo cual se constituye actualmente en el mejor escenario ante la crisis económica, política y social. Existe la necesidad de un cambio de "pensamiento organizacional", lo cual forma parte de una futura reconstrucción de movimientos autónomos. Existe la necesidad que se fortalezcan internamente, que definan sus objetivos para luego desarrollar sus estrategias de incidencia frente al Estado (Peñaloza, 2015).

El movimiento estudiantil jugó un papel importante en las movilizaciones de 2014. Un estudio de Corrales (2014) señala que desde el gobierno se propició la narrativa que eran lideradas por estudiantes de la clase media. Sin embargo, su estudio señala que fueron diversos los sectores sociales participantes. Más importante aún, que al contrario de lo que aconteció durante los 3 gobiernos del fallecido presidente Chávez, el presidente Maduro no logró movilizar a los sectores populares en su defensa. Aparte de las fuerzas del estado, especialmente la Guardia Nacional Bolivariana, tuvo que recurrir a grupos paramilitares (los llamados "colectivos").

En este sentido, es importante tomar en consideración el papel de estos grupos civiles armados y su utilización en la represión de las manifestaciones. Inclusive se produjeron casos de ajusticiamiento de jóvenes de sectores populares debido a su participación en movimientos estudiantiles de oposición al

gobierno. En los sectores populares se ha desarrollado un control político por parte de grupos paramilitares para desarticular movilizaciones y protestas sociales en los sectores populares.

De acuerdo con los últimos resultados de la encuesta del Centro de Estudios Políticos de la UCAB entre las instituciones que reciben más del 50% de aprobación se encuentra, en este orden, el movimiento estudiantil, las universidades seguidos por las iglesias. Otras instituciones como gobierno nacional y gobiernos locales, medios de comunicación, partidos políticos y Fuerza Armada Nacional reciben menor de 50%.

En este período de conflictividad cabe destacar dos acontecimientos que, en su momento, se esperaba podrían contribuir a superar la polarización y confrontación e iniciar un camino de diálogo. El primero, la mediación de la UNASUR junto con la Iglesia Católica que tuvo una corta duración. Después de este fracaso, los ojos se pusieron en la renovación de los poderes públicos que debía realizar la Asamblea Nacional en diciembre de 2014. Igualmente, la necesidad de suplir vacantes en el Tribunal Supremo de Justicia y renovar las autoridades de la Fiscalía General de la República, la Contraloría General de la República y la Defensoría del Pueblo, ofrecía la oportunidad de un espacio de diálogo, de lograr consensos e iniciar un proceso de autonomía de los poderes del Estado.

Sin embargo, ambas oportunidades se encontraron con la negativa por parte del oficialismo. Después de una primera reunión televisada entre representantes del oficialismo y la oposición, fueron pocos los avances para establecer un diálogo. Pese a varias visitas posteriores tanto del Secretario General de la UNASUR como de la troika de cancilleres (Brasil, Colombia y Ecuador), no reanudaron las conversaciones, aún en el marco de la crisis económica y social que confronta el país.

En el segundo caso, el oficialismo no propició un diálogo y menos aún la búsqueda de consensos. Como en ocasiones anteriores, con su mayoría parlamentaria y el dominio sobre el TSJ impusieron sus candidatos para todos los cargos. Una política gatopardiana, donde se realizan cambios para que todo quede igual.

Caso 2: #SOSVenezuela: Denuncia y llamado de atención a la comunidad internacional

Antecedentes:

Una búsqueda por internet, muestra que la primera mención aparece con un venezolano en Barcelona, España que crea S.O.S Venezuela el 7 de junio de 2009. Señala que es un nuevo movimiento y anuncia la publicación de su blog. Tuvo pocas entradas y nada indica que tenga relación con lo que se convertiría en 2014 en un importante símbolo del ciclo de protestas en Venezuela.

Todo parece indicar que comenzó como un hashtag creado para seguir las protestas iniciadas en febrero y la represión por parte de las fuerzas del Estado. Así nació #SOSVenezuela. Es un caso interesante por dos características fundamentales. En primer lugar, fue adoptado libremente por distintos grupos, individuos e incluso por el partido político Voluntad Popular. En algunos casos se utilizó para convocar protestas y manifestaciones a través de este medio on-line. Así, bajo el paraguas de SOS Venezuela se desarrollaron variadas iniciativas no relacionadas entre ella.

En segundo lugar, se trata en gran medida de un llamado a la comunidad internacional. Es interesante su utilización para denunciar y tratar de obtener apoyos en el exterior así como para convocar a protestas de venezolanos en distintas países. El SOS es un código internacional que lleva el mensaje de una emergencia y la necesidad de ayuda urgente. Por lo tanto, el mensaje era que Venezuela necesitaba asistencia urgente dada la crisis económica, política y social y la creciente represión por las fuerzas del Estado.

Desarrollo

Como se señaló, fue un código que asumieron distintos actores durante las protestas que se iniciaron en febrero de 2014. Fue utilizado en diferentes

redes sociales como hashtag, por twitter, se crearon páginas en Facebook e inclusive se encuentran videos en YouTube que hacían referencia al SOS Venezuela. La mayor actividad de estas iniciativas se concentró entre febrero y junio de 2014, pero algunas de ellas aún siguen activas.

A continuación veremos que en algunos casos se utilizaron sus redes sociales para convocar e informar sobre actividades de protesta y manifestaciones[7] y en otros más como canales de denuncias on-line sobre la situación en el país. Las redes sociales más importantes que fueron utilizadas en este período fueron páginas web, Facebook, Twitter y YouTube. Entre sus principales exponentes:

Páginas web:

http://sosvenezuela.info/

Es una página de información sobre los acontecimientos en Venezuela, especialmente en el ciclo de protestas del primer semestre de 2014. Es un portal que se publica en español e inglés. Fue creado en 2014 y por la sección “clasificados” de su versión en español podemos inferir que fue creada por miembros de la comunidad venezolana en el estado de Florida, Estados Unidos, en el cual hay una migración importante.

Sus dos secciones más importantes son las de opinión y noticias, todas firmadas, pero que son difíciles de diferenciar, pues más que noticias son también escritos que reflejan las opiniones de sus autores sobre algún acontecimiento en Venezuela. Cabe destacar que su versión en inglés no ha sido actualizado desde hace más de una año. Sus contenidos en español presenta una última entrega en el día de hoy (31 de agosto de 2015)

7 Especialmente entre febrero y abril, físicamente se posicionó el SOS. Un video del 21 de abril en YouTube muestra la respuesta del presidente Maduro, aunque no queda claro si fue falta de información suya o un chiste. Pareciera confundir el SOS con el verbo sos (ser) argentino “SOS Venezuela. ¿Ah? Yo te diría, fascista: vos no sos Venezuela, vos sos gringo.:

www.sosvenezuela.com

Su único contenido es el mensaje del dirigente preso del partido Voluntad Popular, Leopoldo López. Es un video grabado y ampliamente difundido en marzo antes de iniciar una huelga de hambre.

www.sosvenezuela.net

Contenido de 2013. No ha sido actualizado.

Facebook:

www.facebook.com/sosvenezuela2014



Es la iniciativa más activa que forma parte de lo que parece ser un movimiento global. En su página se señala que "*SOS Worldwide is an independent non-profit organization that increases the visibility of and public debate around human rights abuses worldwide through the use of innovative social media strategies by utilizing proven networks of analysts, technologists, journalists, advocates and lawyers to reduce the resource, time and financial constraints that would otherwise prevent their voices from being heard*."

Señalan que SOS Venezuela es el primer proyecto de esta iniciativa global y que ha tenido un gran éxito. La mayor parte de sus publicaciones son artículos de diferentes fuentes respecto al acontecer venezolano. Hasta el 24 de agosto, la última publicación se refería al problema de la escasez de productos en el interior del país. No se cuenta con datos sobre el número de visitas, pero al 24 de agosto tenía 219.423 menciones de "me gusta".

www.facebook.com/sosvenezuelaamerica

Creada el 24 de febrero de 2014 para apoyar y difundir el movimiento #SOSVenezuela en diferentes ciudades de Estados Unidos con residentes venezolanos. Se invitó a que los administradores o personas con páginas web contribuyeran a sus contenidos. Al 11 de agosto de 2015, su última publicación se había realizado el 1º. de mayo (Día del Trabajador), cuando cambió su perfil. Anteriormente, el 24 de julio de 2014 con el mensaje que reseñaba un artículo del Wall Street Journal sobre el inicio del juicio del encarcelado líder de Voluntad Popular, Leopoldo López.

Su mayor actividad estuvo centrada en los meses de protestas entre febrero y junio. Sus convocatorias más importantes on-line para actividades de protesta presenciales fueron:

Fecha	Manifestación/Protesta
24 de junio	Marcha convocada en Caracas por el partido Voluntad Popular
24 de mayo	Marcha por los 100 días de protestas a realizarse en todo el país
16 de abril	Calendario de actividades de protesta durante la Semana Santa
22 de marzo	Manifestación de Voluntad Popular

Sus principales contenidos pueden clasificarse en tres grandes rubros. es. En primer lugar, videos de diferentes enfrentamientos entre manifestantes y fuerzas del Estado. En segundo lugar materiales tanto visuales como comenta-

rios sobre actividades del líder de Voluntad Popular Leopoldo López y en menor medida, sobre la líder de Vente Venezuela, María Corina Machado. En tercer término videos alusivos a situaciones individuales (por ejemplo: Trip to Freedom Miami-Washington Dc. In Venezuela.May 9, #SOS Venezuela). Así como reproducciones de diferentes noticieros de medios de comunicación.

En esta cuenta de Facebook, llama la atención los escasos comentarios (1 ó 2) y poco reenvío de sus contenidos a otras páginas.

Twitter

#SOSVENEZUELA

DesangraVenezuela(@SOSVenezuela). Tiene 7.045 seguidores y su última actualización (en el día de hoy, 04 de marzo de 2016) fue el 24 de enero de 2016.

En este caso, es interesante señalar que el SOS Venezuela es asumido en forma individual por diferentes personas. Resaltan SOSVENEZUELA@orlansoco con 5.730 seguidores y SOSVenezuela@jeanhirzel con 222 seguidores.

Adicionalmente se ha utilizado el medio Zello para conformar un grupo que organiza charlas on-line: @ZelloVzlaSOS que se auto-denomina como Canal Venezuela SOS

YouTube:

SOS Venezuela
Gabriela MonteroTV
24 de febrero de 2014

Conclusión

Como ha señalado Sorj (2015), este es un buen ejemplo sobre lo coyuntural de algunos de estos movimientos on-line que tienen un auge en un período conflictivo y son utilizados para promover actividades off-line, pero que luego prácticamente desaparecen. Como se puede apreciar, su actividad más permanente es a través del Twitter. Sostiene Sorj, que las campañas puramente on-line no parecen producir efectos directos importantes sobre la esfera política, mientras que es más efectiva la utilización de medios virtuales para organizar y movilizar manifestaciones callejeras. En este sentido, la revisión de los diferentes espacios online, muestran una merma en su actividad una vez que finalizó el ciclo de protestas del primer semestre de 2014. Es importante notar cómo el SOSVenezuela estuvo íntimamente asociado a la protesta política anti-gubernamental. Pese a que las protestas sociales, también descentralizadas y atomizadas, han aumentado en los primeros ocho meses de 2015 (www.observatoriodeconflictos.org.ve) la mayor parte de redes sociales que utilizan el #SOSVenezuela no han participado en su difusión.

Caso 3: Periodismo alternativo-Efecto Cocuyo y Crónica Uno

Antecedentes

En su reportaje, Arocha (2015) señala que desde 2009 se han clausurado 63 medios debido a presiones gubernamentales y falta de papel para los medios impresos. Estas medidas han sido tomadas fundamentalmente en los estados donde tiene mayor fuerza la oposición. En los últimos 5 años, 25 medios han cambiado de dueños. En muchos casos se desconoce quiénes son los nuevos propietarios, pero sus cambios en líneas editoriales apuntan a su cercanía al gobierno.

Esta tendencia ha llevado a la disminución cada vez mayor de medios independientes. Según el Informe 2014 del Instituto Prensa y Sociedad-IPYS Capítulo Venezuela (2015), se ha producido en el país un "apagón informativo". El 85,78% de los casos de violación de la libertad de expresión fueron por parte del poder ejecutivo y los poderes públicos fueron responsables de la mayor parte de los casos.

IPYS señala que en 2014 se produjeron acciones directas e indirectas para silenciar a los medios, especialmente en los meses de mayor conflicto. Se impuso la censura y autocensura, lo cual tuvo como resultado la desinformación. Denuncian que se reportó la "actuación deliberada de grupos estatales y no estatales que afectaron las garantías periodísticas." (p. 5), ejecutadas por agentes de seguridad del Estado así como grupos simpatizantes del oficialismo.

El IPYS advierte que en varios medios se produjo una censura interna por parte de los directivos. De igual forma, durante las protestas del primer semestre de 2014 se produjo un *blackout* en Internet, pues las comunicaciones fueron parcialmente bloqueadas, especial las del Twitter. La información con la que cuenta IPYS, indica que se han bloqueado al menos 454 páginas web desde Venezuela.

A esto se añade campañas de desprestigio y agravio en los medios oficiales y del gobierno y una criminalización de la prensa extranjera. Durante el ciclo de manifestaciones, se impidió la cobertura e incluso de produjeron detenciones de periodistas y sus equipos. La mayoría de los medios afectados fueron los privados seguidos por extranjeros. En cuanto a su formato, las políticas gubernamentales se enfocaron en restringir la información en medios impresos seguidos por los televisivos.

Ante este creciente "cerco informativo", se ha producido un auge en la utilización del ciberespacio. La información on-line se ha convertido en el principal instrumento de comunicación alternativa. En este sentido, los principales espacios virtuales se han ido especializando. Algunos son agregadores de no-

ticias como www.lapatilla.com, otros proveen análisis como el caso de www.prodavinci.com. Han surgido también portales que tienen un foco en el periodismo investigativo como www.poderopedia.org, www.armando.info, y www.efectococuyo.com.

La polarización política también está en las redes sociales. El gobierno del presidente Maduro ha incursionado fuertemente con una serie de portales tanto nacionales como internacionales. Actualmente, en el ámbito nacional cuenta con contrapunto.com y misionverdad.com Cabe destacar que el que fue hasta hace unos seis meses el portal más importante del oficialismo www.aporrea.org, refleja actualmente la disidencia interna dentro del chavismo. IPYS señala que esta transición de medios impresos a digitales ha sido más una respuesta a la situación del país que producto de una estrategia comercial.

Desarrollo

Se presentan a continuación los casos de dos medios alternativos que iniciaron sus actividades en los primeros meses de 2015. Una es Efecto Cocuyo, orientado más a un público intelectual de clase media, y otro, la iniciativa de la OSC Espacio Público, Crónica.Uno, orientado más hacia los sectores populares. Ambos se presentan como formatos que permiten desarrollar y difundir periodismo en la web.

El periodismo que ilumina: @efectococuyo

Ante lo que se ha llamado la creciente "hegemonía comunicacional" del gobierno, que como se señaló anteriormente, incluye la censura, autocensura y la adquisición de medios de comunicación por supuestos allegados al gobierno, surge este proyecto que busca desarrollar un medio digital de periodismo inde-

pendiente. Ante la oscuridad y ausencia de información en el país, su slogan es "periodismo que ilumina".

Comienza en enero de 2015 y se define como un modelo de emprendimiento hecho por periodistas. Sus dos fundadoras son periodistas con amplia trayectoria en medios impresos del país, ambas con un reconocimiento importante en los medios de comunicación y acreedoras de premios nacionales de periodismo. Laura Weffer, con una amplia experiencia que incluyó dos medios impresos El Nacional y TalCual, tuvo que dejar Últimas Noticias, el diario de mayor circulación nacional, después de un reportaje de investigación sobre las protestas de febrero de 2014. Uno de sus trabajos fue censurado por el director del diario, momento en el cual decide renunciar. Luz Mely Reyes, fue directora del Diario 2001 y salió de este medio también en los primeros meses de 2014 cuando se abrió un proceso judicial en su contra por un reportaje sobre fallas en el suministro de gasolina.

Efecto Cocuyo comenzó por Twitter el 8 de enero de 2015. Un año después, cuenta con 76.000 seguidores. A partir del 22 de enero lanzaron su portal (www.efectococuyo.com). Actualmente están presentes en estos dos medios además de Facebook, Instagram, WhatsApp y correo electrónico.

El objetivo central de este proyecto es proveer periodismo independiente, centrado en la investigación, el análisis y la explicación de los hechos. Sus editoras le dan un lugar especial a la recuperación de la ética periodística. Buscan incorporar a periodistas jóvenes. Hasta marzo de 2015 contaban con más de 8 reporteros, que se busca compartan un aprendizaje con comunicadores sociales de más trayectoria.

No es un agregador de noticias. Todos sus contenidos son reportajes, reseñas, investigaciones, análisis y artículos de opinión efectuados por miembros de su equipo. Algunas de sus notas son firmadas colectivamente por @efectococuyo y otras tienen autoría individual. En agosto de 2015, www.efectococuyo.com contaba con seis secciones principales.

Como reflejo de la situación del país, las tres más importantes son:

1. Efecto Cocuyo: Es la sección fundamental pues se ubican todas las noticias diarias así como reportes especiales y notas de investigación, que posteriormente son incluidas en secciones especializadas.
2. Politikom: que como indica su nombre se encarga de difundir y analizar las noticias políticas tanto nacionales como internacionales. Uno de los temas principales que se desarrollan es la libertad de expresión.
3. La Cartera: que incluye noticias sobre distintos aspecto económicos, tanto internos como internacionales, especialmente aquellos que repercuten sobre la dinámica nacional. Se presentan datos y estadísticas de organizaciones multilaterales y de la banca internacional.

Las restantes son:

4. La Humanidad: que provee una clasificación de noticias sobre aspectos sociales (educación, salud e inseguridad, entre otros), actividades comunitarias y testimonios personales sobre diferentes acontecimientos. Esta sección dio amplia cobertura a las protestas del período febrero-junio 2014.
5. La Peña: incluye artículos de opinión y análisis así como espacios de entrevistas con expertos sobre distintos temas.
6. Cocuyo Electoral: orientado a proveer información sobre el proceso de elecciones parlamentarias del 6 de diciembre de 2015.

El portal está ubicado en Venezuela. El financiamiento de este proyecto ha mostrado una iniciativa nueva en el país. Con la finalidad de mantener su objetivo de independencia periodística, no han buscado financiamiento de grupos económicos nacionales o extranjeros. Para su sustentabilidad han planteado la necesidad del micro-financiamiento. Desarrollaron una campaña

#apoyoefectococuyo para la búsqueda de recursos tanto en el ámbito nacional como el internacional. Una de sus directoras señaló que habían recabado los fondos suficientes para poder subsistir durante 2015.

A nivel nacional, desarrollaron una campaña novedosa en la búsqueda de recursos financieros en los sectores populares de Caracas[8]. Más que contribuciones para el portal, se realizaron actividades presenciales que buscaban dar a conocer el proyecto y sus distintas redes sociales.

Propuestas

Esta naciente iniciativa tiene proyectada también una serie de propuestas con la finalidad de promover proyectos en las siguientes áreas[9]:

- Establecer un centro de entrenamiento para periodistas. Consideran como central la inclusión de periodistas del interior. En 2015 promocionaron una escuela de verano en alianza con al Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) centrada en el periodismo con teléfono móvil[10].
- Adicionalmente, el establecimiento de alianzas con otros medios para la cobertura del de las elecciones parlamentarias del 6 de diciembre de 2015.
- Venta de productos como podcasts y otros, así como conferencias y charlas.

Como se puede apreciar, es una iniciativa orientada al periodismo de investigación y a un público que considera que los medios tradicionales, espe-

8 You Tube: Efecto Cocuyo en Petare.

9 Weiss, Jessica: New site Efecto Cocuyo takes on independent reporting in Venezuela, ijInternational Journalists` Network, 18 de marzo, 2015, (www.ijnet.org/en/blog/ new-site-efecto-cocuyo- takes-on-independent-reporting-in-venezuela.

10 http://www.efectococuyo.com/apoyoalperiodismo/efecto-cocuyo-y-la-ucab-te-invitan-a-postularte-al-taller-periodismo-con-telefono-movil

cialmente por la censura y autocensura, ya no le proveen información sobre la realidad del país.

Crónica Uno @CronicaUno

Con la finalidad de reflejar con mayor profundidad lo que ocurre en los sectores populares, surge Crónica Uno cuyo lema es Los hechos como son. También es una propuesta de un grupo de periodistas que se inicia en 2015 bajo la coordinación de la OSC Espacio Público. En su cuenta @CronicaUno, que al 15 de agosto contaba con 20.200 seguidores, señala que "apostamos a informar, con veracidad, los hechos sobre las comunidades sin censura, ni presiones".

Cuenta con las siguientes secciones:

1. Comunidad: la cual se enfoca en los testimonios de personas de diferentes comunidades en cuanto a los temas de Emprendedores, En Clases, Nuestro Barrio, Vida y Salud y Zona Pública. Con esta sección cumplen uno de sus objetivos principales que es darle voz a los mismo protagonistas, enfatizando los logros y aspectos positivos de los integrantes de las diferentes comunidades.
2. Sucesos: Cuenta con tres secciones que son Así lo Vivieron, Hay Que Saberlo y Ojo Pela'o. A diferencia de la prensa tradicional, más que reportes sobre homicidios y otros sucesos, se enfoca a proveer testimonios sobre la situación de inseguridad e información que ayude a prevenir la inseguridad personal e identificar zonas y mecanismos utilizados por los grupos delictivos.
3. Política: que apunta hacia la información y debate en torno a 5 puntos que son Debate democrático, Gobierno, Nacionales, Yo Participo y Justicia.

4. Economía: apunta a proveer explicaciones sobre la situación económica del país, cómo afecta a los sectores populares y da recomendaciones sobre mecanismos para afrontar la situación. Tiene tres secciones que son Grandes Cuentas, Mi Monedero y En Gotas.
5. Deportes: centrada en noticias sobre béisbol y fútbol.
6. Parlamentarias 2015: sección que se actualiza diariamente con las principales noticias publicadas por distintos medios respecto al proceso electoral de diciembre de 2015.

Está presente también en Facebook, YouTube, Instagram y Flickr.

3. Conclusión

Nuevos medios periodísticos alternativos se han desarrollado frente al dominio cada vez mayor del gobierno no solamente de los canales informativos tradicionales sino también de la expansión de su presencia en las redes sociales a partir de recursos financieros, tecnológicos y humanos. Es difícil predecir su futuro, que depende de las circunstancias políticas del país, además de enfrentar obstáculos de limitaciones de recursos, que genera interrogantes respecto a su sustentabilidad.

Reflexiones finales:

Los retos de las redes sociales en el contexto de un autoritarismo competitivo

Respecto a la utilización de las redes sociales por parte de las OSC existen dos perspectivas. En primer término, es indudable la importancia que van teniendo entre los nuevos actores, especialmente en el movimiento estudiantil

y jóvenes. No obstante, Rafael Uzcátegui (2015) puntualizó que han emergido nuevas organizaciones con un uso importante de redes sociales, pero que enfrentan limitaciones en la elaboración de contenidos.

En segundo lugar, su utilización por parte de las OSC y redes más tradicionales es aún "tímida e incipiente", pues generalmente se reduce a momentos cruciales de denuncia o de campañas de solidaridad, pero no es sistemática (Deborah Van Berkel, 2015). Las OSC deben perfeccionar su manejo de redes para transmitir sus mensaje, pues en las actuales circunstancias, es necesario que las organizaciones de la sociedad civil estén conscientes que solamente cuentan con estos medios para transmitir sus mensajes hacía de población y hacia los decisores (Peñaloza, 2015).

En este contexto, varios autores (Uzcátegui, 2015; Gómez, 2015; y Torrealba, 2015) indican que es importante tomar en consideración que el gobierno ejerce un casi completo monopolio de la conectividad y que no hay acceso universal, especialmente en las zonas rurales en las cuales no existe infraestructura para el acceso. Adicionalmente, Venezuela tiene ""una de las conexiones con velocidad más baja del continente (por debajo de los 2Mbps)." (Torrealba, 2015). En términos más generales existen problemas de calidad de conexión con el servicio ABA de Internet provista por la estatal CANTV que le presta servicio a alrededor de 80% de los usuarios en el país.

Adicionalmente, desde el gobierno se desarrollan dos estrategias para limitar la influencia de las redes sociales y las OSC. La primera, que promueve "la opacidad y falta de autonomía del ciberespacio" (Gómez, 2015) fundamentalmente a través de tres mecanismos:

- Persiguiendo judicialmente y encarcelando personas por emitir sus opiniones en Twitter.
- Ejerciendo el control sobre el acceso a Internet. Efectivamente han bloqueado el acceso a diferentes sitios web, como por ejemplo los de

noticias (NTN24) o los que informan sobre la cotización de divisas en el mercado paralelo (dolartoday).

- Extensión de la Ley RESORTE a medios electrónicos. Un ejemplo es el juicio abierto a los directores de www.lapatilla.com por la reproducción de noticias provenientes de medios extranjeros.

La segunda es la su rápida expansión de la presencia del gobierno en las redes sociales. Von Bergen (2015) señala la utilización de #Tropa, que es un grupo que promueve los mensajes oficialistas vía Twitter, así como www.laiguana.tv que es un portal de noticias asociadas al oficialismo y uno de los más visitados. Señala que "Utilizan mecanismo poco transparentes como los bots y cuentas manejadas por una tropa de militantes cibernéticos." A través de estos mecanismos, posicionan sus hashtags como los más importantes en el área política. En este sentido, encontró que 71,4% son promovidos desde el oficialismo y solamente 28,6% por sectores opositores.

De esta forma, el oficialismo mantiene una campaña de seguidores virtuales aparentemente importante, pero que según las encuestas no se traduce en un impacto real sobre la población e inclusive según mediciones sus portales tienen poca audiencia. Es un importante ejemplo sobre el diferencial de la influencia off-line que se refleja on-line.

Como se señaló anteriormente, es indudable que la polarización política está presente en las redes sociales. En el ámbito de los opositores, algunos de los sectores más radicales son muy activos y puede decirse que se hace política on-line. Gómez (2015) cita el ejemplo de Resistencia Venezuela ((@ResistenciaV58) que cuenta con 92.000 seguidores, mientras que organizaciones como Provea tienen más de 100.000, el Foro Penal Venezolano un poco menos de esa cifra, el Centro de Derechos Humanos de la UCAB cuenta con 33.000 y COFAVIC con 24.000.

El otro factor determinante son las crecientes posibilidades de censura sobre el uso de la internet. Mientras que en muchos países se considera impor-

tante promover legislaciones que protejan las libertades de los ciudadanos y de la misma infraestructura de la web, en Venezuela se va a contracorriente buscando regular las redes sociales para controlarlas y reprimir (Díaz, 2015).

Desde hace un tiempo, tanto la Fiscalía General de la República como el mismo Presidente de la República, han dado declaraciones sobre la necesidad de regular el uso de las redes sociales ante lo que han denominado como mensajes que forman parte de una "guerra sucia", que buscan generar "zozobra" y campañas de desprestigio del gobierno nacional.

Existe el peligro que las restricciones legales que ya existen y que limitan la libertad de expresión y acceso a la información pública, se transfieran a las redes sociales. En este sentido, Díaz (2015) señala la posibilidad que el régimen traslade a las redes sociales las normas existentes de "delitos de opinión" que incluyen vilipendio, difamación y desacato cuando se considera que se atenta contra la "honra" de funcionarios públicos o del gobierno así mismo como atentar contra la "paz pública."

A ello se añade la nueva figura de los "delitos informáticos". De 8 personas detenidas por sus mensajes por Twitter entre agosto y octubre de 2014 (Nederr, 2015; Von Bergen, 2015) cinco aún continúan detenidos en el Servicio Bolivariano de Inteligencia (Sebin). Las acusaciones en su contra son por mensajes que el régimen considera buscan instigar al odio, conspiración, ultraje, acceso indebido a cuentas de terceros (hacheo). Por lo tanto, se está produciendo una utilización política para reprimir a opositores

Otros indicadores que pueden vislumbrar las futuras regulaciones que podrían implementarse desde el poder del Estado (IPYS, 2015; Von Bergen, 2015) son:

- Fiscalía General de la República: el 26 de marzo de 2015 declaró que las redes sociales deberían ser reguladas. Señaló que "Internet no puede ser un espacio sin ley: todas las actividades que ocurran en el territo-

rio nacional deben estar sometidas a una regulación legal." (en Von Bergen, 2015).

- MINCI: el 8 de abril de 2015 dio adiestramiento a agentes de seguridad del Estado para la supervisión de redes sociales.
- CNE: el 22 de junio de 2015, su presidenta aseguró que las redes sociales generan "desinformación y mentiras que crean neurosis en la sociedad. Alienan y disocian."

Aprendizajes del caso venezolano

Con respecto a la utilización de medios alternativos existen dos aprendizajes fundamentales. El primero, que ante contextos en los cuales se van cerrando las vías democráticas de expresión surgen nuevos espacios on-line que tienen un papel central para difundir las propuestas e ideas de la oposición al gobierno. En segundo lugar, un proceso más reciente, que el creciente cerco informativo está llevando a la creación de alianzas entre medios alternativos. Un ejemplo es que en función de las elecciones parlamentarias de 2015 se estableció una integración de medios digitales para la difusión de información y análisis desde diferentes plataformas: TalCual, El Pitazo, Runrun.es y Crónica Uno.

En segundo lugar, en relación a la utilización de las redes sociales, el Informe de Provea (2015) advierte que la cobertura de las protestas violentas fue magnificada, lo cual permitió que fueran utilizadas por el gobierno para difundir la idea que las manifestaciones eran violentas. Según el informe de Provea si acaso alcanzaron al 7%. Con esto, señala esta ONG se promovió "el enfrentamiento de pueblo contra pueblo potenciando las posibilidades de violencia política." (p. 331) En la medida que el gobierno cierra los espacios para las manifestaciones pacíficas, está incitando a protestas violentas y a un incremento de la violación de los Derechos Humanos.

Propuestas para el caso venezolano

Las recomendaciones que se presentan a continuación fueron recogidas fundamentalmente en las entrevistas realizadas a periodistas, expertos y representantes de OSC.

Marcos jurídicos

- Eliminar los marcos regulatorios de CONATEL y otras instancias que buscan controlar las telecomunicaciones.
- Aprobar Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Normativas que protejan los derechos de los usuarios.
- Desmontar mecanismos de censura.
- Reformas de leyes que limitan el derecho a participación y manifestaciones pacíficas así como a la libertad de expresión.
- Marcos normativos apegados a la Constitución de 1999 y a estándares internacionales de Derechos Humanos.

Desarrollo de comunicación on-line

- Promover iniciativas que desarrollen proyectos de comunicación basados en el uso de Internet.
- Apoyo institucional para garantizar Internet universal.
- Poner fin al monopolio estatal del acceso al ciberespacio.
- Establecer mecanismo de data abierta y gobierno electrónico, lo cual permitiría una efectiva contraloría ciudadana y acceso a la información pública on-line.
- Desarrollo de infraestructura adecuada.
- Programas de alfabetización digital, incluyendo a OSC.

Garantizar el derecho a la participación y manifestaciones pacíficas

- Generar espacios públicos seguros donde nuevas formas organizativas centradas en redes sociales, puedan interactuar y "madurar políticamente".
- Generar un clima de confianza para poder ejercer libremente el derecho a la manifestación pacífica, la libertad de asociación y de reunión.
- Reconstrucción de la institucionalidad democrática formal.
- Construcción de un poder ciudadano.
- Diálogo para la reconciliación nacional y amnistía para liberar a dirigentes políticos y sociales.

4. Bibliografía y fuentes citadas

Documentos

Arocha, Juan Pablo (2015): De la hegemonía a la dictadura comunicacional, **TalCual**, 26 de junio (www.talcualdigital.com)

Corrales, Javier (2015): Autocratic Legalism in Venezuela, en **Journal of Democracy**, Vol. 26, No. 2, Abril.

Corrales, Javier (2014): Venezuela`s Middle Ground, en **Foreign Policy**., April 22 (www.foreignpolicy.com/2014/04/22/Venezuela`s-middle-ground).

Díaz, Marianne (2015): #Venezuela//¿Es necesario regular las redes sociales?, en **Prodavinci**, 6 de abril (www.prodavinci.com).

El Nacional (2015): Maduro se lanazará a la calle si la oposición gana en la AN", 22 de junio (www.elnacional.com).

IPYS (2015): Reporte Venezuela 2014: La desinformación y la opacidad condiciona el periodismo, febrero (www.ipys.org.ve).

Nederr, Sofía (2015): Opinar por Twitter se convirtió en delito, El Nacional, 15 de febrero, p. Política 2.

Provea (2015): Situación de los Derechos Humanos en Venezuela. Informe Anual enero/diciembre 2014. (www.derechos.org.ve/informe-anual-2014).

Puyosa, Iria (2015): "La presencia del gobierno en la web social ha sido política y partidista", en Reportes IPYS: El ejército calibre 2.0. (https://readymag.com/u44850477/215773/81).

Szichman, Mario (2015): Salvados por Twitter , The Financial Times, 31 de marzo, (www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?Id=114721&tipo=REP. Consultado 02-04-2015))

Sorj, Bernardo (2015): Internet e Mobilizaçoes sociais: Transformaçoes do espaço público e da sociedad civil, en Bernardo Sorj y Segio Fausto (Organizadores), Konrad Adenauer Striftung/Plataforma Democrática.

Tablante, Carlos/Tarre, Marcos (2013): E$stado Delincuente. Caracas, La Hoja del Norte, 2ª. Edición.

The Economist (2015): El gobierno de Maduro acosa a la prensa y se censura a sí mismo, 1 de abril (www.lapatilla.com/site/2015/01/01/. Consultado 2-04-2015.

Van Berkel, Deborah y Francine Jácome (2009): Gobernabilidad Democrática y Sociedad Civil en Venezuela, Caracas, INVESP/Sinergia.

Von Bergen, Franz (2015): Maduro lucha por ser trending topic, El Nacional, 28 de junio.

Entrevistas

Gómez, Luis (junio, 2015), profesor de la Universidad Central de Venezuela.

Peñaloza, Pedro Pablo (junio, 2015), periodista.

Torrealba, Luisa (junio, 2015), periodista y profesora de la Universidad Central de Venezuela.

Uzcátegui, Rafael (junio, 2015), coordinador de Provea.

Van Berkel, Deborah (junio, 2015), presidenta ejecutiva de Sinergia.

Índice

07 Prefacio
Bernardo Sorj y Sergio Fausto

09 Introducción: Online/offline: el nuevo tejido del activismo político
Bernardo Sorj

37 Argentina
Rocío Annunziata, Emilia Arpini, Tomás Gold, Bárbara Zeifer

113 Brasil
Rodrigo Savazoni y Kalinca Copello

173 Chile
Rayén Condeza, Marcelo dos Santos, Alonso Lizama y Paz Vásquez

241 Colombia
María Paula Martínez y Estefania Avella

293 Ecuador
Orazio Belletini y Adriana Arellano

359 Venezuela
Francine Jácome